ウェブ版

消費者問題を よむ・しる・かんがえる

国民生活

No.36
2015
7

特集

―前払式支払手段の拡大と課題―

新連載

この家電トラブルの原因は?

電子レンジ(1)

―庫内の発煙・発火―

消費者問題アラカルト

老人ホーム関連110番

消費者問題を よむ・しる・かんがえる
国民生活
No.36 ウェブ版
2015 7

CONTENTS

特集 キャッシュレス決済の多様化
―前払式支払手段の拡大と課題―

キャッシュレス決済の多様化
―前払式支払手段の拡大と課題―

今月号の特集では、日常生活のなかに浸透しつつある、現金以外の支払手段であるいわゆる“キャッシュレス決済”の背景としくみ、その課題を考えていきます。なお、電子マネーとプリペイドカードという呼び方は通称で、一致した定義がないため、現状では明確に分類することができません。そのため、本特集ではそれぞれの立場から解説しています。

特集1 多様化するキャッシュレス決済サービスの背景

上田 恵陶奈 Ueda Etona
株式会社野村総合研究所 ICT・メディア産業コンサルティング部 上級コンサルタント
決済、ポイントCRM、コンテンツサービスなどを中心に、複数の事業領域にまたがる事業戦略の構築と実行支援、および政策立案支援に従事している。

拡大するキャッシュレス決済

店舗で買い物をする際に、「お支払いは現金ですか？」などと尋ねられたことがあると思います。この“支払いをする”ことは決済と呼ばれており、現金以外にもクレジットカードや電子マネーなど多様な方法（決済手段）があります。

インターネットで買い物をする場合（オンラインショッピング）には、クレジットカードのほか商品が届いた際に代金を支払う代金引換、コンビニエンスストアに伝票を持って行き支払うコンビニ収納代行、自分の銀行口座から相手の銀行口座に送金する銀行振込などの決済手段が選べます。かつては、日本は諸外国に比べて現金による決済が重視されてきましたが、このようにさまざまな決済手段が登場しており、現金を使わずに決済する“キャッシュレス決済”の比率は年々高まっています。

決済手段	取扱高
クレジットカード	47.0兆円
コンビニ収納代行	9.7兆円
電子マネー	4.0兆円
代金引換	3.1兆円
プリペイドカード	2.0兆円
デビットカード	0.6兆円
現金	87.2兆円

（野村総合研究所推計※）

表 主な決済手段の取扱高（2014年度）

そこで、まず主なキャッシュレス決済サービスがどの程度利用されているか、見てみましょう。2014年度に最も利用されているのは、クレジットカードで47.0兆円に達しています。次は、コンビニ収納代行の9.7兆円であり、３番目は電子マネー[*1]

＊1　電子マネーもプリペイドの一種ですが、ここでは交通系ICカードのように非接触ICを利用したプリペイド（前払式）の決済サービスと、インターネット上でカードなどの媒体を使わず決済できるサーバ型のプリペイドの決済サービスを指します。非接触ICを利用したサービスであっても、ポストペイ（後払い）の場合には含みません。また、磁気カードなど非接触IC以外を利用したプリペイドや、インターネット上でカードなどの媒体を必要とするプリペイドの決済サービスは、いずれもプリペイドカードとして別に扱います。

※　決済手段の取扱高は、相互に重複している部分があり、単純に合計することはできません。例えば、オンラインショッピングで購入した際に代金引換を選び、商品が到着したときには電子マネーで代金引換の支払いをし、その電子マネーの残高をクレジットカードを使ってチャージするといったように、1回の支払いに複数の決済サービスを利用することがあるためです。表の取扱高は、こうした重複部分を含んだ額です。

の4.0兆円です(表)。一方で、現金による決済は87.2兆円もあり、表にあるキャッシュレス決済サービスの合計額をいまだ上回っています。

では今後、キャッシュレス決済はどこまで普及するのでしょうか。図のうち2013年度までは実績値であり、2014年度は推計、2015年度以降は予測値です。2020年度に最も利用されているキャッシュレス決済サービスは、引き続きクレジットカードで70.5兆円まで成長すると考えられます。２位はコンビニ収納代行の12.7兆円であり、３位は電子マネーの11.3兆円です。2020年度における現金の取扱高は73.7兆円ですので、クレジットカードだけで現金に匹敵するほどであり、キャッシュレス決済サービスを合計した額は現金を上回ることになります。

主なキャッシュレス決済の特徴・課題

次に、主なキャッシュレス決済サービスについて、特徴や課題をまとめます。

①クレジットカード

クレジットカードは、かつては高額の決済で

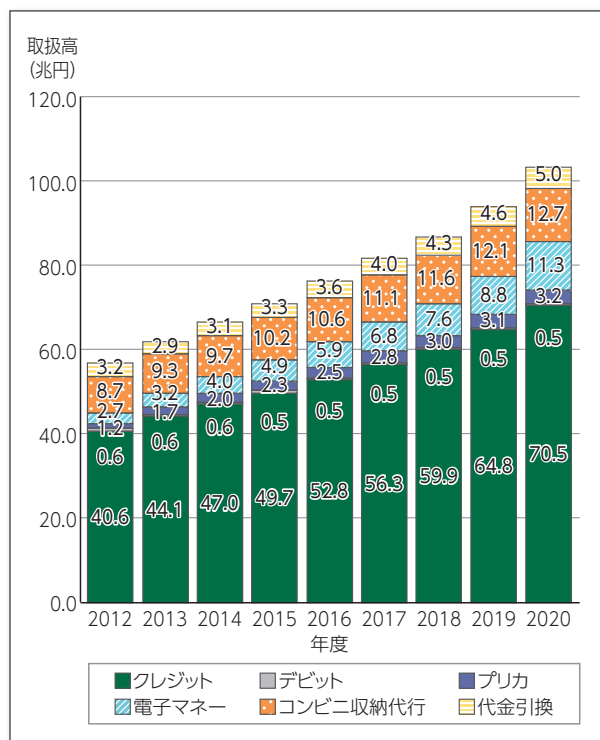



図 主な決済手段の実績と予測
(出所：各種統計を基に野村総合研究所にて集計)

利用されてきましたが、現在は5,000円以下の決済でも広く利用されるようになり、またオンラインショッピングでも最も多く利用される決済サービスです。多くの消費者は３～４枚のクレジットカードを持っており、その店で利用するとポイントが割増になったり割引を受けられたりといった特典によって使い分けています。しかし、小規模な店や個人事業主などではクレジットカードを利用できない場合も残っており、そのような店がクレジットカードに対応した端末を容易に導入できる環境整備(例えば店のスマートフォンを端末として活用するなど)が急がれています。欧米では、クレジットカードの利用が盛んであるため、2020年の東京オリンピックを控え、来日した外国人がクレジットカードを広く利用できる環境を整備する必要性が指摘されています。

②コンビニ収納代行

コンビニ収納代行は、光熱費やオンラインショッピングなどの決済に加え、自治体に対する軽自動車税など公金の支払いでも広く利用されています。好きなときに支払えるメリットがある一方で、専用の紙を持参する必要があるという課題が挙げられています。

③電子マネー

電子マネーは、額こそ３位にとどまっていますが、自動販売機やコンビニエンスストアのように少額の決済で利用される傾向があり、利用件数が多いという特徴があります。当初は、大都市の通勤客が乗車券を購入せずに鉄道に乗車できる利便性から保有し始めましたが、現在では地方にも普及しており、老若男女を問わず利用されています。特に、スーパーやコンビニが独自の電子マネーを発行し、自社店舗で利用した場合にポイントや割引を受けられるサービスを付けたことから、利用者が広がりました。

しかし、主要な電子マネーは非接触ICカード＊2を利用しているため、オンラインショッピ

＊2 IC(集積回路)チップを載せたカードで、読み取り端末に近づけるだけで、端末に差し込むことなく利用できます。

ングで利用しやすいサービスを開発することと、クレジットカードと同じように端末を店が容易に導入できるようにすることが課題となっています。また、消費者にとっての魅力である特典についても、電子マネーの発行企業以外では得られるポイントが少なくなる傾向があり、消費者の期待に応えられる特典をいかに実現するかという、ビジネスモデル上の課題があります。

④プリペイドカード

電子マネー以外のプリペイドカードは、レジで入金するとネットショッピングやゲーム等で利用できるようになる新しいカード(POSAカード)が多数登場し、またクレジットカードを利用できる店であれば国内外で広く使えるプリペイドカード(ブランドプリペイド)をクレジットカード会社が発行し始めています。プリペイドカードは、発行企業で手厚い特典を得られることが多いため、よく利用する店のプリペイドカードを持つ傾向があります。他方、クレジットカード会社などが発行するプリペイドカードは、未成年でも利用でき、また前払いで家計管理が容易といった長所がある一方、ポイントなどの特典では他のプリペイドカードや電子マネーに劣るという短所が課題として挙げられます。

⑤デビットカード

デビットカードは、銀行のキャッシュカードと一体になったもの(J-Debit)と、クレジットカードでなじみのあるブランドマークが掲載されており、クレジットカードの利用できる店であれば国内外で広く使えるもの(ブランドデビット)があります。欧米や中国では、銀行が発行するデビットカードの利用が盛んですが、日本では家電量販店など一部を除くと利用が低調です。この背景として、低所得者などがクレジットカードを持ちにくい国ではデビットカードに頼る利用者がいること、クレジットカードの利用残高に金利がかかる国では無料であるデビットカードを好む利用者がいるといった違いが挙げられてきました。今後は、入金の手間も利用額の管理も不要であるという消費者にとってのメリットに加え、利用に応じた特典をどこまでクレジットカードや電子マネーに近づけることができるかが普及の課題と考えられます。

キャッシュレス社会の実現に向けて

日本では、さまざまな事業者が多様なキャッシュレス決済サービスを提供しており、消費者は自分の好みに合ったサービスから広く選ぶことができます。これは、決済サービスを銀行が提供しており、消費者による選択の余地がそれほど広くない諸外国に比べると大きく違います。その背景として、日本ではスーパーなどの小売業や、鉄道や宅配便などの運輸業が、自社のサービスと組み合わせたユニークな決済手段を開発してきたという経緯があります。

しかし、これからいっそうキャッシュレス決済を普及させていくためには、このような個別企業による創意工夫に加えて、キャッシュレスを実現していくという方向性が社会全体で共有されることが重要になると考えられます。消費者にとっては、現金をATMから引き出すには時間がかかり、場合によっては手数料がかかります。さらに、現金ではキャッシュレス決済サービスを通じたポイントや割引などを得る機会が得られません。お店にとっても、現金の保管には盗難のリスクがあり、売上の勘定やお釣りの準備はコストがかかっています。現金では、どの顧客が購入したのかを店が認識することが困難なため、得意客を優遇したり、顧客に合ったおすすめ商品を案内したりといった効果的な販促活動を行うことができません。このため、各店がポイントカードを発行するなどの追加コストが必要となってしまいます。さらに、国にとっても、キャッシュレスが進展すれば硬貨の鋳造費を削減でき、税務などの効率も向上する可能性があります。したがって、キャッシュレス決済に残されている課題を解決しつつ、キャッシュレスによるメリットをみんなで拡大させていくことが有意義だと考えられます。

特集 2

キャッシュレス決済サービスの進化と課題 ―プリペイドカードを中心に―

長谷川 恭男 Hasegawa Yasuo 消費者決済研究所 代表
クレジット会社の企画・広報・渉外業務に30年程従事し、さまざまな消費者トラブルの解決を経験。最近では前払いを含め、消費者、発行者にトラブルの未然防止を啓発している。

はじめに

2014年12月26日に「キャッシュレス化に向けた方策」が、内閣官房と金融庁、消費者庁、経済産業省、国土交通省、観光庁の連名で公表されました。東京オリンピック・パラリンピック開催時に向けた決済環境整備を進めることで、キャッシュレス決済の普及による決済の利便性・効率性向上を図り、キャッシュレス決済の促進が商取引の活性化や新たなビジネスの創出を生み、今後の日本経済の成長に向かって官民が一体となって取り組んでいこうとするものです。

いわゆるキャッシュレス決済というと、クレジットカード、プリペイドカード（前払式支払手段）、後払式の電子マネー、デビットカード、スマートフォン（アプリ決済、端末利用）が代表格ですが、その他資金移動サービス、収納代行、代引きなどさまざまな決済サービスがあります。

『電子決済総覧2015-2016』[*1]では、2015年から2020年までの国内における電子決済サービスの市場規模推移の予測が発表されましたが、2020年の電子決済取扱高の合計は約82兆円、個人消費支出に占める比率は30％になることが予測されています。そのうち最も成長が予想されているのは「プリペイド決済」で、2015年現在の約8兆円が最大で16兆円にも迫るとの予測です。まだまだキャッシュレス決済の雄はクレジットカードで、2013年の取扱高（信用供与額）は約42兆円規模ですが、2020年には最大で約65兆円に迫る成長が予測されています。

本稿では多様化するキャッシュレス決済のなかで、プリペイドカードを中心に、最近特に発行が増えているサーバ型の前払式支払手段（ネットで使える電子マネー、国際ブランド付きプリペイドカード［カード有り、カード無し］）について解説します。

サーバ型プリペイドカードとは

プリペイドカードは、資金決済に関する法律（以下、資金決済法）の適用を受け、紙型・磁気型・IC型・サーバ型前払式支払手段（図1）として定義されています。サーバ型前払式支払手段が他と大きく違う点は、あらかじめ前払いして購入したバリュー（財産価値）が、紙型では紙面に記載、磁気型・IC型では磁気およびICチップに記録されることに対し、発行者のサーバ（コンピューター）にバリューが記録されていることです。またサーバ型には、カードが発行されるものと、カードが発行されずにID番号のみ発行されるものがあり、利用のしかたにも差があります。さらにカードが発行されるタイプではID番号が磁気ストライプに記録されているものとバーコード等になっているものがあります。利用者がレジでカードを提示した際、端末にID番号を読ませることで、発行者のサーバにアクセスして、プリペイド口座の残高を確認して利用可能かどうか判断します。一方、カードが発行されないタイプ（図2）は、①購入時発

＊1 『電子決済総覧2015-2016』株式会社カード・ウェーブ発行（発行日：2015年4月24日）/編集協力：株式会社電子決済研究所/山本国際コンサルタンツ

行者のウェブサイトでクレジットカード等で支払ってチャージ(入金)する ②コンビニエンスストアのレジで現金を支払ってチャージする方法があり、発行者からID番号が発行されます。利用する場合は発行者のウェブサイト(例 ゲームサイト)や発行者が契約するインターネットの加盟店(例 ショッピングサイト、ゲームサイト)で、ID番号を入力することで商品購入等の決済が可能となります。このようにID番号だけで利用が可能な点は利便性が高い反面、他人に知られると簡単に利用されてしまう点があるため、利用者はID番号管理に注意を払わなければいけません。

国際ブランドプリペイドカードとは

国際ブランドとはVisa、MasterCard、JCBなどのブランドを指し、これらのブランドと提

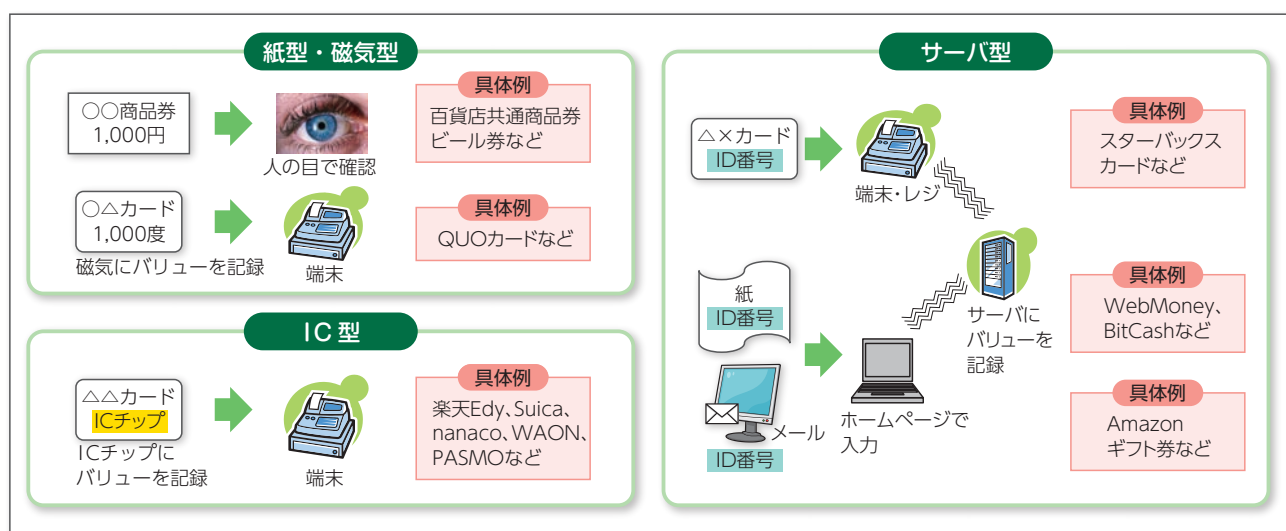



図1 前払式支払手段の種類

名　称	発行者	種　別	ID例	利用可能場所
Amazonギフト券	アマゾン・ギフトカード・ジャパン株式会社	第三者型＊2	14桁英数字 XXXX－XXXXXX－XXXX	● www.amazon.co.jp ● www.javari.jp
iTunesカード	iTunes株式会社	第三者型	16桁英数字 XXXX－XXXX－XXXX－XXXX	● APP Store ● iTunes
Google Play	グーグルペイメント株式会社	第三者型	20桁英数字 XXXX－XXXX－XXXX－XXXX －XXXX	● Google Play Market
Web Money	株式会社ウェブマネー	第三者型	16桁英数字 XXXX－XXXX－XXXX－XXXX	● Web Money加盟店 (ネット)
Bit Cash	ビットキャッシュ株式会社	第三者型	16桁ひらがな あいうえおかきくけこさしすせそた	● Bit Cash加盟店 (ネット)

図2 カードが発行されない主なサーバ型プリペイドカード

＊2 発行者の店舗および第三者の店舗(加盟店、フランチャイズ店等)で利用することができる「第三者型前払式支払手段」のこと。なお、これとは別に発行者の店舗で利用することができる「自家型前払式支払手段」もあります。

携しているプリペイドカードは、国内外の国際ブランド加盟店で利用・決済が可能となります。

ブランドプリペイドカードは資金決済法の前払式支払手段に当たります。整理しますと、ブランドプリペイドカードは大きく分けて３種類（図３）があります。小職が付けた仮称ですが、①汎用（はんよう）プリペイドカード ②バーチャルプリペイドカード ③トラベルプリペイドカードに分けられます。利用者の用途に合わせた発行形態をとっています。①はカードが発行されるタイプ、②はカードが発行されないタイプに当たります。①のタイプは、カード発行者が制限しない限り、国内外の国際ブランドの加盟店およびインターネットの加盟店で利用可能です。②のタイプはいわばインターネット加盟店専用取引をするのに特化したものといえます。③のタイプは、2014年３月にサービスが無くなったトラベラーズチェックのような機能を有しており、あらかじめ円、ドルなどの通貨を発行者のサーバにチャージしておき、海外渡航した際に、国際ブランドの加盟店での決済や国際ブランドの提携金融機関のATMで外貨を引き出すことが可能（資金移動）です。いずれもID番号を利用する点は同じです。

ブランドプリペイドカードの最大の特徴は、クレジットカードで築かれたネットワーク・インフラを利用する点です。発行者独自のネットワークを改めて創設する必要がありません。この点は、ブランドデビットカードもまったく同様です。そのため、ブランドプリペイドカードおよびブランドデビットカードは、現在クレジットカードで使用しているカード番号体系に則（のっと）っており、ID番号は主に16桁（Visa、MasterCard、JCB等）の数字を使用しています。カードが発行されるタイプでは、利用者が国内外の加盟店に行き、商品等を購入する際は、クレジットカード同様のCCT（Credit Center Terminal）端末を利用し、オーソリゼーション（利用承認）と同時

国際ブランドプリペイドカード	概　略	加盟店	具体例	区　分
汎用プリペイドカード	チャージ金額内でクレジットカード同様に利用	Visa国内外リアル/オンライン	ココカラクラブカード	前払式支払手段
		MasterCard国内外リアル/オンライン	au WALLET	前払式支払手段
バーチャルプリペイドカード	カードなし、ネット専用加盟店でID番号を入力して利用	Visaオンライン	V-Preca	前払式支払手段
		Visaオンライン	e-さいふ	前払式支払手段
		Visaオンライン	バニラVisa	前払式支払手段
		MasterCardオンライン	楽天バーチャルプリペイドカード	前払式支払手段
トラベルプリペイドカード	チャージ金額内でクレジットカード同様に利用および提携金融機関ATMでキャッシュアウトに利用	Visa海外リアル	Money T Global	資金移動業
		Visa海外リアル	NEO MONEY	資金移動業
		MasterCard海外リアル/オンライン	キャッシュパスポート	資金移動業
		Visa国内外リアル/オンライン	Visa Travel Money Gonna	資金移動業

図３ 主な国際ブランドプリペイドカードの概要

にギャザリング（売上決済処理）を行います。百貨店や量販店、スーパーマーケット等の場合は、POS（Point Of Sale）システムをクレジットカードのネットワークと連携して利用承認と売上決済処理を行っています。

ブランドプリペイドカードは、あらかじめ「チャージされた金額」を、クレジットカードは「利用与信枠」、ブランドデビットカードは「口座残高」を利用上限として判断しています（図4）。国内外の加盟店は利用者が提示したプリペイドカードで売上処理を行う際、クレジットカードと同じように端末に磁気ストライプを読み取るため、カードリーダーに通す（擦（す）る：スワイプ）必要があります。欧州および日本の一部の加盟店ではクレジットカードのIC（接触型）カード化が進んでいることから、近い将来には、PIN（Personal Identification Number：暗証番号、個人識別番号）の入力を求められることになります。

一方、インターネットの加盟店で利用する際は、16桁の番号を手で打ち込み入力することで、プリペイドカードであってもクレジットカード同様の売上処理が行われます。多くのウェブサイトでは、カード番号の他にセキュリティコード（3桁）の入力も要求されます。これで申込者が本当にカードを持っているかどうかのチェックをしています。

ここまでブランドプリペイドカードのしくみを説明してきましたが、専門用語も多く、言葉では分かりにくいので図4にてフロー図を示します。

ブランドプリペイドカードは、クレジットカードのような与信審査や厳格な本人確認の必要なく、発行者の定める範囲内であれば自由に発行されます。よって若年層や高齢者でも所持できる点が大きな特徴です。一方のトラベルプリペイドカードは、与信が必要ない点は同じですが、資金移動業は犯罪収益の移転防止に関する法律で規定される本人確認が必要となります。

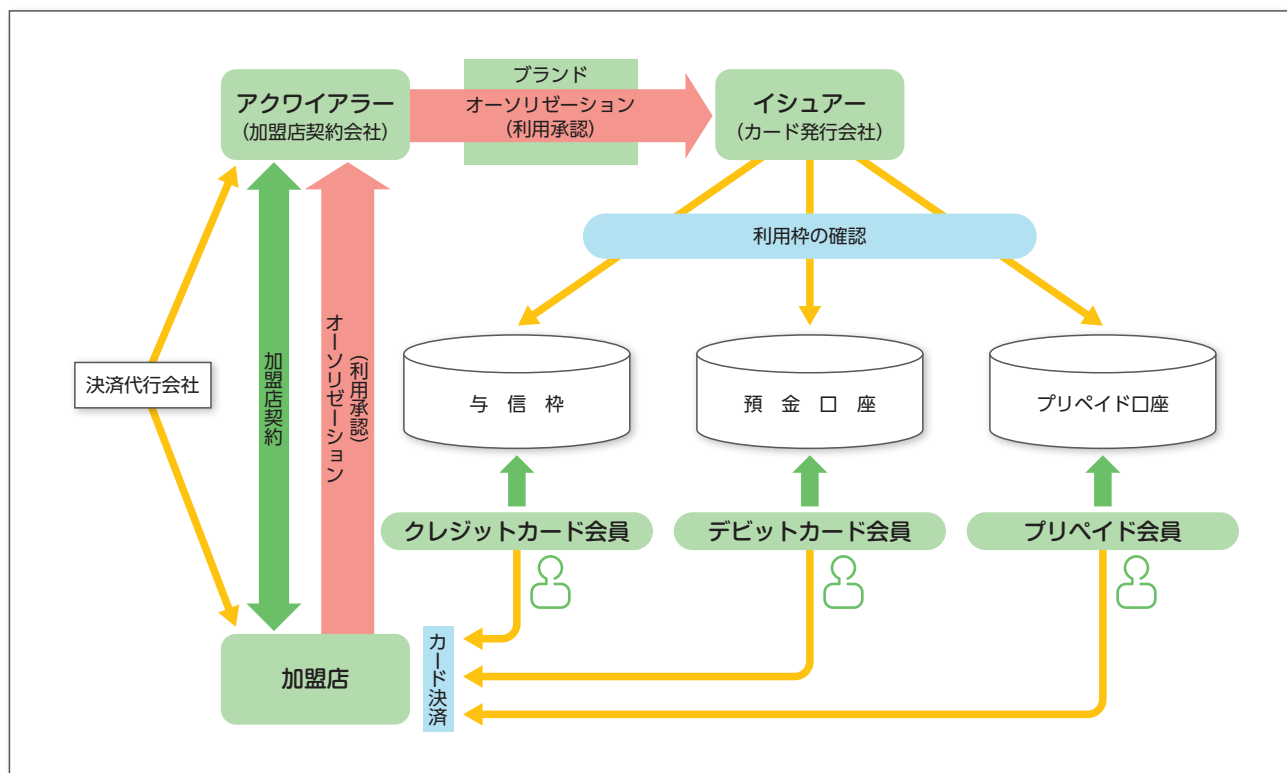



図4 ブランドクレジットカード・デビットカード・プリペイドカードのフロー

新しい決済手段

日本国民の62％に普及したといわれるスマートフォンを利用した決済が急伸しています。スマートフォンを契約した利用者が、買い物などで決済する際、通信料金に上乗せするキャリア決済のほか、アプリケーションをダウンロードして決済に利用することもできるようになりました。最新のアプリケーションでは、事前に登録しておくことで、顔を認証していわゆる「顔パス」で商品を受け取れるサービスも登場しています。また、ドングル型＊3のカードリーダーをスマートフォンに付けることで決済端末として利用し、クレジットカード加盟店になることができるサービスも生まれています。

課　題

ブランドプリペイドカードは、クレジットカードのインフラを利用しているからこそ、同様のトラブルが発生します。オーソリゼーションと売上確定のタイムラグがあることや、特にアクワイアラー（加盟店契約会社）が越境して海外にある場合はクレジットカード同様、イシュアー（カード発行会社）との加盟店契約がないなどのトラブル解決が難しい面があります。

最近報道され、対策が急がれているのは、カードが発行されないサーバ型電子マネーのトラブルです。インターネット決済時にクレジットカード番号を入力したくない人や、そもそも与信を必要としないサービスで、若年層・高齢層など多くの人が便利に利用できるメリットがあり、利用者にとってはあらかじめチャージした財産価値の範囲内での利用が可能です。その反面購入時に有効化されるID番号さえあれば、カードがなくてもインターネット決済が可能になります。そこに詐欺業者が目をつけ、消費者を騙（だま）してID番号を詐取するトラブルが増えています。

詐欺業者は、手当たり次第消費者に携帯メール（架空請求）を送りつけ、それに反応してきた消費者の電話番号を入手することで、さらなる脅（おど）しをかけ、足の付きにくいプリペイドカードのID番号を購入させて詐取しようとします。消費者はこの架空請求に反応しないことが一番の対策ですが、自分で判断しないで家族に相談するなり、消費生活センターに相談することが肝要です。もしも騙されたとすぐに気づいたときは、まず発行者や警察、消費生活センターに連絡することが大事で、詐欺業者がそのID番号を利用する前であれば、発行者がID番号を無効にして利用を止めることが可能です。場合によっては発行者から払戻しが可能になるケースもあります。いわゆるオレオレ詐欺同様の手口ですので、冷静に判断することが必要です。

便利だからこそ多くの人がサーバ型プリペイドカードやブランドプリペイドカードをショッピングなどの際に利用していますが、カードを含めID番号の管理は非常に大事です。現金同様、他人に渡った場合は取り戻すことが困難になります。またある一定以下の財産価値になると契約時に登録したクレジットカードからチャージを行うサービスもあります。便利ではありますが、使い過ぎに注意する必要があります。一方の発行者は、モニタリングなどの手法で加盟店管理を高度化しトラブルを未然防止することが求められています。

キャッシュレス決済は私たちの生活に大きな利便性を享受させてくれます。しかしあくまで現金の代替であることを忘れてはいけません。スマートフォンやインターネットなど、一度登録が完了すると、ボタンを押すだけなど簡便な方法でショッピングできてしまうので、自己管理を徹底することが肝要です。

＊3　パソコンのUSB端子につなげるような小さな端末のこと。スマートフォンでは音声端子に接続します。

特集3 相談事例から考えるキャッシュレス決済

国民生活センター相談情報部

はじめに

最近、現金による支払い以外に、クレジットカードやプリペイドカード(電子マネーを含む)等に代表されるキャッシュレス決済を利用できる場面が多くなってきました。ところが、全国の消費生活センター等には、実店舗だけでなく、インターネット上でも簡単に利用できるキャッシュレス決済が悪質商法に係(かか)わる支払手段として利用されたり、しくみを理解しないままに支払ったりすることによって生じた消費者トラブルの相談が多数寄せられています。

そこで、最近の相談事例を紹介するとともに、トラブル解決のため、決済サービスのしくみや関係する業者等の役割や責任を整理し、消費者トラブルの解決や拡大・未然防止のために各社とどのように関わることが必要かを考えていきたいと思います。

なお、本稿では決済に焦点を当てますが、本来、契約当事者間で生じたトラブルの解決をめざすことが原則となります。そのためまずは、消費者から取引に関する詳細な聞き取りや書類等の確認を行うことから始めることになります。

クレジットカードで支払った事例

事例1 インターネット通販でゴルフクラブのセットを見つけ、クレジットカード払いで注文した。中国から商品が届いたが、偽物のようだったので、業者に連絡すると、「品質には自信がある。一度使ってみて」等と言い返品に応じず、その後、業者と連絡が取れなくなった。どうしたらよいか。　(30歳代　男性)

トラブルの解決に向けて

1. 関係者の整理

クレジットカード取引は、主に図1のようなしくみになっており、各社が、業務を分担しています。まずは、この図を参考に関係者を整理します。各社の業務内容を十分に踏まえ、「消費者との関係」「できることは何か」等を正確に整理したうえで、情報提供やトラブル解決に向けた協力を依頼します。

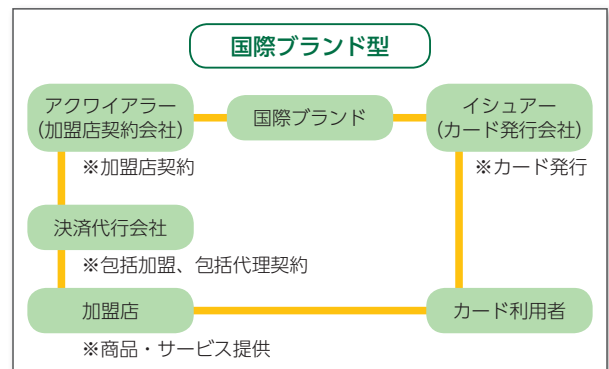



図1 国際ブランド型のしくみ

2. 各社の主な業務内容と相談処理

①イシュアー(カード発行会社)

クレジットカードを発行して消費者に貸与し、消費者がクレジットカードで支払った代金を請求する会社です。カード裏面に連絡先等の記載がありますので、まずは、消費者に確認を求める等して正確にイシュアーを把握します。そのうえで、イシュアーからの請求に「不明な点がある」「請求に納得できない点がある」等の場合

には、イシュアーにトラブルの状況や問題点等を伝え、消費者トラブルを解決するためには情報が必要という点から"調査"等の協力を依頼することとなります。

２カ月を超える支払いについては、割賦販売法上の抗弁の主張が可能となる場合もあります。

②アクワイアラー（加盟店契約会社）

クレジットカードの利用を受け入れる加盟店と契約している会社です。イシュアーと同一の会社である場合を除き、消費者とは契約関係がありません。また、相談処理の過程において、アクワイアラーが判明することは稀（まれ）です。しかし、アクワイアラーは、消費者トラブルを生じさせている業者と加盟店契約をしています。

決済にかかる関係者の中で、消費者側からトラブル発生情報を伝えることができるのは、原則、イシュアーのみになります。そこで消費生活センター等に問題のある加盟店に関する相談が寄せられた場合には、同種トラブルの拡大・未然防止の観点から、イシュアーを通して、アクワイアラーに当該加盟店の情報を伝えてもらうという意識をもつことも重要となります。

③国際ブランド

世界規模で展開する決済ネットワークを所有、または管理、運営し、イシュアーとアクワイアラー間の取引・精算の仲介、取引に関する運用規定（チャージバックルール等を含む）の制定等を行っています。

④決済代行会社

会社によってさまざまなサービスを提供していますが、本稿では、大きく２つに分類します。

まずは、個々の店舗に代わりアクワイアラーと包括加盟店として契約を結ぶ決済代行会社（包括契約型）、次にアクワイアラーと直接加盟店契約を結ぶ個々の店舗へ必要となる決済インフラを提供する決済代行会社（包括代理型）です。

国内店舗を海外アクワイアラーにつなぐ決済代行会社は前者が多く、国内店舗を国内アクワイアラーにつなぐ決済代行会社は後者が多いようです。また、前者では、決済代行会社はクレジットカード取引における契約当事者（利用店舗）となりますので、必要な場合には、解決に向けた対応を求めることとなります。一方、後者は、消費者との契約関係がなく、多くの場合、存在が判明しません。それでも、存在が判明した場合には、決済情報の確認等、必要に応じた協力を求めるケースもあります。

プリペイドカードで支払った事例

事例2

無料の出会い系サイトを利用していたが、途中から、相手とやり取りを続けるにはポイントを購入する必要があると言われた。コンビニの端末でプリペイドカードを購入するよう指示され、サイトの決済画面に、購入したカードの番号を入力した。その後、相手がサクラだと気づいた。返金してほしい。（10歳代　男性）

事例3

スマートフォンに有料サイトの料金を請求するメールが届いた。心配になり、メールを送ってきた業者に電話をすると業者から「約50万円の未納料金がある。今日中に払わないと裁判にする」と言われて怖くなった。業者に言われたとおりにコンビニの端末で数千円のプリペイドカードを約70枚、約50万円分買い、番号が分かるようにして業者にファクスした。冷静になるとだまされたと思う。返金してほしい。

（20歳代　男性）

トラブルの解決に向けて

1. 確認すべき点

まずは、消費者が利用したプリペイドカードの発行会社やカード名を明確にしたうえで、その購入（チャージ）の方法や、業者への支払い手順を正確に聞き取ることが重要となります。

①購入（チャージ）方法

最近、プリペイドカードはインターネットやコンビニ等の店舗で多く販売されており、クレジットカードや現金で購入できます。また、店舗においては、店頭で陳列されているカードを購入する場合と、キオスク端末等と呼ばれる端末を操作して購入する場合があります。

②業者への支払い方法

事例2のように、オンライン決済画面に購入したプリペイドカード番号を入力して支払う場合と、**事例3**のように、購入したプリペイドカード番号を業者にファクスやメール、写真等で伝えるよう指示される場合があります。

事例2の業者が加盟店となるために、イシュアーと契約を結んでいるのに対し、**事例3**の業者は誰とも加盟店契約を結んでいません。プリペイドカードの匿名性の高さや利便性を悪用し、消費者から価値をだまし取っています。

2. 関係者の整理

プリペイドカード取引のしくみは、主に自社型、第三者型（図2）に加え、国際ブランド型（図1）のいずれかに分類することができます。

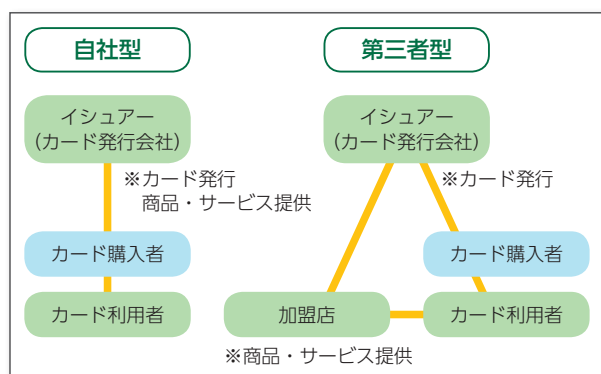



図2 自社型、第三者型のしくみ

3. 各社の主な業務内容と相談処理

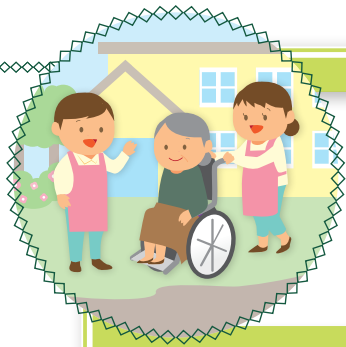
各社の主な業務内容や消費者との関係はクレジットカードの事例で整理した内容とほぼ同じです。しかし、プリペイドカードは、クレジットカードと異なり、購入時・使用時の審査等がないため誰でも簡単に購入・使用することができます。さらに前払いであるため、消費者が購入した価値を発行することがイシュアーの主な業務となります。そのため、クレジットカードと比較して、価値の発行後に発生したトラブルに関する相談窓口等の体制が必ずしも十分ではないと思われるケース、調査等の対応が十分になされないケースがみられます。しかし、あっせん等では引き続き、トラブルの状況をイシュアーに伝え、必要に応じて調査等を依頼していくことが必要ではないかと思われます。

最後に

キャッシュレス決済は消費者にとって大変便利な決済手段です。しかし、これら決済手段には非常に多くの関係者が、業務と責任を分担しています。そのためトラブル発生時、取引の関係者を即座に正確に把握し、その役割や責任分担を整理することは非常に難しい作業となります。相談を受け付けた際には、これまで以上に、消費者、契約先の事業者から十分な聞き取りを行うとともに、トラブルの拡大・未然防止の観点から、その他の関係者とも冷静に対話を続けることが重要となります。

今回はキャッシュレス決済として代表的なクレジットカードとプリペイドカードを取り上げましたが、他にもさまざまな決済手段があります。

消費者にはトラブルにあわないためにも、利用している決済手段について自らも学ぶ姿勢が求められます。それでも発生するトラブルについて消費生活センター等は、あっせん等を通して関係者と対話を続け、情報収集等に努めるとともに、消費者トラブルについての理解を求めることは重要な作業です。

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けたキャッシュレス決済のさらなる発展のために、消費者側を含めた、関係者全員で情報共有等を行い、悪質業者を早期に排除できる決済のしくみを構築することで、今後、よりいっそう、利便性と安全性のバランスのとれた決済サービスとなっていくことが望まれます。

老人ホーム関連110番

石田 幸枝　Ishida Yukie　公益社団法人 全国消費生活相談員協会理事 同協会消費者団体訴訟室長
消費生活専門相談員、1992年より千葉県内の消費生活センターで消費生活相談員として勤務。

少子高齢化が進み高齢者だけの世帯が増えるなか、自宅から有料老人ホームなどへの住み替えが増えると思われます。契約内容が複雑で項目も多いのですが、どのような苦情があるのか、今号では実際の相談事例を挙げながら現状を紹介します。

はじめに

団塊の世代が65歳を超え、有料老人ホームやサービス付き高齢者向け住宅（以下、サ高住）への住み替えを考えている人も増加しているのではないでしょうか。有料老人ホーム等のトラブルは、入居中は、お世話になっているという思いから高齢者自身が苦情を言うことができないなどトラブルが表面化しにくい傾向があります。現在どのようなトラブルが発生しているかを把握するため、2015年1月17日に公益社団法人全国消費生活相談員協会（以下、本協会）関東支部、18日には全支部で「老人ホーム関連トラブル110番」（以下、110番）を開催しました。

集計結果

相談件数は42件で、男性からの相談が13件（31%）、女性からの相談が29件（69%）でした。相談者の年齢は50歳代、60歳代が多かったのですが、契約当事者の年代は70歳代、80歳代であり、家族が相談していることがうかがえました。

相談を内容別にみると「契約・解約」についてが最も多く76.2%（マルチカウント）で、契約時の説明不足や解約料に関するものでした。次に多いのが「接客対応」の33%で、事業者の不親切な対応についての苦情でした。

以下、主な相談事例を紹介します。

相談事例

●契約時の説明不足

1 ●母が有料老人ホームに入ったが、月々の利用料が当初説明されていた費用より高額である。介護サービス費用のほかにも居室清掃料、食事の配膳費用、健康相談費用などが個別に発生することが分かった。

（女性　50歳代　給与生活者）

2 ●義母が有料老人ホームに入居している。毎月、利用料金のほかに、食事会や観劇会など施設主催の行事が多く、３万円から４万円ほど余分にかかる。任意の参加ではあるが、実際に必要な費用は、事前説明時に正確に知らせてもらいたかった。

（女性　60歳代　給与生活者）

●解約に関わる費用

3 ●一括前払で1620万円支払って有料老人ホームに入居したが、施設の対応が悪いと感じ1年4カ月で退去した。入居から退去までにかかった費用が680万円と高額で納得できない。総額の15％が初期償却＊1として扱われた。　（男性　70歳代　無職）

4 ●義母が退院後に入居する住居型有料老人ホームを病院等の紹介で契約し、入居一時金180万円を振り込んだ。入居予定日に義母が死亡し業者に連絡したが入金日が入居日となり30万円を差し引くと言われた。納得できない。契約書では、入居後3カ月を越えると30％が最初に差し引かれるようだ。　（男性　60歳代　無職）

5 ●7年前に入居した有料老人ホームを退去した。部屋の原状回復のための改修費用として48万円の見積書が届いた。ホーム側が半額負担すると言うが、それでも高額だ。
（男性　70歳代　無職）

●サービス内容に不満

6 ●8年前から姉がグループホームに入居している。数年前に施設長が変わってから介護士が次々に変わり、車いすの人がシャワーのみだったり、昼間でも薬で眠らされたり、サービスが低下してきた。にもかかわらず入居費が小遣いを含め20万円必要で年金だけでは足りない。
（女性　60歳代　家事従事者）

7 ●父が家族の手に負えなくなりグループホームに入居したが、よく転倒することを再三伝えたのに職員が目を離した隙に転倒し入院した。対応が悪いので退去したが解約は30日前の申請と言われた。
（男性　50歳代　給与生活者）

●その他

8 ●父がリハビリ入院していた病院から紹介された有料老人ホームを見学した。病院の紹介なので安心かと思っていたが、「90日ルールは採用していないので、費用を毎月支払うシステムにされては」と言われた。不審に思った。（女性　50歳代　給与生活者）

9 ●現在マンションで一人暮らしだが、有料老人ホームへの入居を検討している。検討中の施設は、3500万円から7000万円もかかるが、経営母体が病院なので病気をしても大丈夫、看取り（みとり）もするという。注意点はあるか。　（女性　80歳代　無職）

10 ●父はサ高住に入居している。人手不足で介護サービスが提供されず、利用単位を使いきれない。残った単位は違うことに充当されているようだが詳細が分からない。
（男性　50歳代　給与生活者）

主な課題

●90日ルールと初期償却

2011年に老人福祉法が改正され、家賃等を前払いする場合は、入居から3カ月は短期解約特例（90日ルール）として初期償却をせずに、家賃等の実費分だけを清算して前払金を返還することが法制化されました。**事例⑧**では、事業者が90日ルールを採用していないと言っていることから、有料老人ホームの届出をしていない

＊1　家賃等を一括前払いする方式で前払金の全部または一部を短期解約特例期間（ホーム入居日から3カ月）後すぐに償却し、ホームを退去した場合に入居期間に係わらず返還しないこと。

無届事業者ではないかとも考えられます。また、老人福祉法、高齢者住まい法では、届出業者、登録業者については、報告徴収・立入調査等監督についての規定もありますが、無届、無登録業者こそ行政での立入調査等の監督が必要です。

さらに、改正法では、家賃、敷金、介護等その他の日常生活上必要な便宜の供与の対価として受領する費用を前払金から除くほか、権利金その他の金品の受領も禁止されました。この改正により初期償却がなくなることを期待しましたが、国土交通省と厚生労働省の事務連絡では、想定居住期間を超えて契約が継続する場合に備えて事業者が受領する額として初期償却の妥当な計算方法が例示されたため、現状も初期償却は認められています＊2。

家賃等の前払いの契約では、終身にわたる利用契約のため、契約時に設定された償却期間を超えてもその後に居室にかかる費用は発生しませんが、早期に退去した場合には、一定金額が初期償却されてしまうため返金額が少なくなります。

本協会が適格消費者団体として2009年に不当条項の差止めを申し入れた事案も「介護付有料老人ホームに入居したが、入居者とのトラブルで早期に退去したら、30％も初期償却された」というものでした。110番においても「事業者の対応が悪い」との理由で早期に退去した消費者は、初期償却に納得していません。本協会では、有料老人ホーム等の前払金については、建物賃貸借の賃料という性質から、初期償却を行うことには合理性がないと考えているため、厚生労働省、国土交通省、事業者団体に初期償却のない契約となるよう要望しています。

●介護保険制度について

介護保険サービスは介護の認定の度合いによって介護保険が適用される単位数が決まっています。国土交通省が2014年に行った自治体へのアンケート調査によると、サ高住において入居者の囲い込みや過剰な介護保険サービスの提供が疑われ問題となっています。110番でも、その他の事例の中に介護サービスの不正利用が疑われる相談がありました。介護保険制度が適正に運用されるためには、国・行政による事業者の指導・監督が求められます。

住まい選びのために

高齢者の住まいは、さまざまな形態があります。終(つい)のすみかとして、有料老人ホームやサ高住等を考えている消費者の中には、家や財産を処分して一括前払での契約を検討している人もいるかもしれません。しかし、本協会に寄せられた相談のように、終身にわたって利用するつもりであっても、「期待していたサービスが受けられない」「ホームの対応が悪い」「他の入居者とのトラブル」「入院」「死亡」などの理由で退去を余儀なくされる場合があります。また、前払契約では、事業者の経営状態が悪化したり、倒産に至った場合には、前払金の保全措置＊3はあったとしても、老後の生活設計が破たんしかねない事態も想定されます。前払契約はリスクを考えて慎重に検討することが必要です。

事前の情報収集は、有料老人ホームについては、事業者から重要事項説明書を取り寄せ比較検討するとよいでしょう。東京都では、東京都内すべての有料老人ホーム事業者の重要事項説明書をホームページにアップしています。サ高住は、全国の事業者の登録情報がインターネット＊4で確認できます。

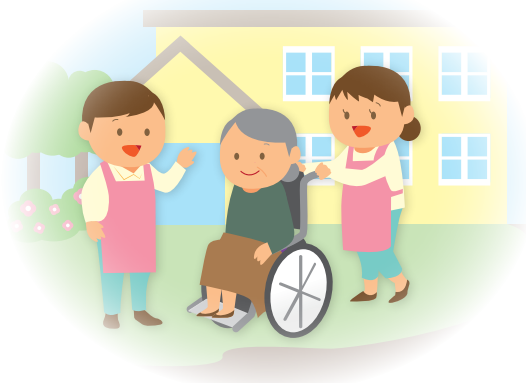
ほかに、高齢者の住まい選びには、事業者団体の冊子「消費者向けガイドブックー高齢者向け住まいを選ぶ前にー」や都道府県の発行する冊子などを参考に検討しましょう。

＊2　厚生労働省 平成24年3月16日付事務連絡 参照
http://www.kaigo-wel.city.nagoya.jp/_files/00003612/120823yh_santei.pdf
国土交通省 平成23年11月22日付事務連絡も内容は同じ

＊3　老人福祉法（第29条6項）、高齢者住まい法（第7条8項）では、事業者に対し、前払金を一括受領する場合は、前払金について必要な保全措置を講ずることを義務づけている。

＊4　サービス付き高齢者向け住宅情報提供システム
（http://www.satsuki-jutaku.jp/）

高齢者の住まい・施設

高齢者の住まいは大別すると、住宅系と施設系があります。住宅系の住まいの代表はサ高住で、他にはシルバーハウジングがあります。施設系の住まいには有料老人ホーム、軽費老人ホーム、認知症高齢者グループホーム、介護保険法に基づく３施設として特別養護老人ホーム、老人保健施設、介護療養型医療施設などです。また、運営主体別でみると、営利法人が運営するものと地方公共団体・社会福祉法人等が運営するものに分けられ、営利法人が運営しているのは、サ高住、有料老人ホーム、認知症高齢者グループホーム等です。

サービス付き高齢者向け住宅

サ高住は2011年の高齢者の居住の安定確保に関する法律（高齢者住まい法）の改正により制度化されました。主な特徴は、①一戸当たりの床面積が原則25㎡以上 ②各戸に台所、トイレ、収納設備、洗面設備、浴室が付いている ③バリアフリー構造 ④安否確認の実施 ⑤生活相談サービスが受けられる ⑥ケアの専門家が日中常駐するというのもので、この基準を満たせば都道府県知事の登録を受けることができます。契約方法は賃貸借契約が多く、敷金を預けて毎月家賃を払う契約と家賃等の全額または一部を前払いで支払う契約があります。

食事や家事等の生活支援サービスを受ける場合は別途契約をすることになります。また､介護サービスが必要になった場合は、外部事業者と契約してサービスを受けるか、特定施設として「特定施設入居者生活介護」＊5の場合は内部スタッフによりサービスが提供されます。

有料老人ホーム

有料老人ホームは、老人福祉法第29条に基づき都道府県知事に届出が必要です。なお、有料老人ホームの中でサ高住の登録を受けたものは届出が不要です。有料老人ホームは、老人福祉法、政省令のほか厚生労働省や地方自治体の設置運営指導指針により指導を受けます。

食事等の生活支援サービスが付いた施設で住宅型、健康型、介護付があります。介護付は、介護保険法に基づき「特定施設入居者生活介護」の指定を受けています。住宅型で介護が必要になった場合は、外部事業者の介護サービスを利用します。健康型で介護が必要になった場合は原則退去することになります。また、提供される基本サービスの他に有料で提供されているサービスがあるので、契約時に確かめておくことが必要です。有料老人ホームの入居契約は家賃等を全額または一部を前払いする契約、月払契約と併用の契約があります。

＊5　都道府県知事の指定が必要。定員30人以上で人員配置や設備、運営に基準がある。

第2回 世界の勧誘規制を知る

イギリス、アメリカの Do-Not-Call制度

イギリス

上杉 めぐみ Uesugi Megumi
愛知大学法学部准教授
明治学院大学法学研究科在籍中に、国民生活センターや内閣府国民生活局で非常勤職員を経験。2009年に消費者庁企画課事務官を経て、2010年より現職。専門は、消費者法、民法。

アメリカ

カライスコス・アントニオス Karaiskos Antonios
関西大学法学部准教授
アテネ大学法学部卒業、同大学修士課程修了。ギリシャの司法試験に合格し、弁護士として活動。その後、国費留学生として早稲田大学で博士号(法学)を取得。2014年より現職。

イギリスのDo-Not-Call制度

制度の導入経緯

電話勧誘の苦情が増加したことを受け、TPS＊1は1996年より開始されました。自主規制機関による運用のため、DMA＊2に加盟していない事業者からの電話勧誘は依然として続いていたことなどから、1999年5月1日よりTPSは法令に基づく制度となり、現在は個人情報に関するEU指令＊3を国内法化したDPA＊4と、PECR＊5が根拠法となっています。なお、2004年からは、事業者への電話勧誘規制＊6も開始されました。

TPSのロゴマーク

TPSは法的制度としてOfcom＊7の監督下にあることから、DMAは定期的にOfcomにTPSの運用状況について報告しなければなりません。

電話勧誘規制の概要

イギリスでは、特定の個人に向けた広告や宣伝材料を伝達するものを「ダイレクトマーケティング」として定義し＊8、これを希望しない消費者がDMAにその旨を登録すると、当該消費者のリストがまとめられます。勧誘業者はDMAの作成したリストを取得し、自身の有するリストから当該消費者を削除してダイレクトマーケティングを停止するという、オプトアウト方式による規制が採用されています。

具体的には、TPSに、消費者は無料で3回線(固定電話・携帯電話いずれも可)まで登録できます。そして、一度登録されると、取り消さない限り効力は継続します。消費者が番号をTPSに登録した場合、勧誘業者は28日以内に電話勧誘を停止しなければなりませんが、TPSに登録した消費者が特定の勧誘業者からの勧誘を許可した場合、当該事業者は電話勧誘を行うことができます。ただし、このとき当該事業者は、次回も電話勧誘をしても構わないかを確認しなければなりません。

＊1 Telephone Preference Service
http://www.tpsonline.org.uk/tps/index.html

＊2 DMA (Direct Marketing Association)は、1927年に前身のThe British Direct Mail Advertising Associationとして設立され、1992年に現在の組織となったダイレクトマーケティング業界における業界団体である。国内の訪問販売やダイレクトメールを用いる流通業者の大半は、DMAのメンバーとなっており、現在は、約1,000の企業がメンバーになっている。
http://www.dma.org.uk/

＊3 Directive 95/46/EC
http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31995L0046:en:HTML

＊4 Data Protection Act 1998
http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1998/29

＊5 The Privacy and Electronic Communications Regulations 2003
http://www.legislation.gov.uk/uksi/2003/2426/pdfs/uksi_20032426_en.pdf

＊6 Corporate Telephone Preference Service

＊7 The Office of Communications
電気通信・放送等の監督を行う機関である。

＊8 DPA (Data Protection Act 1998) 11条3項に定義されている。勧誘だけでなく、企業理念の紹介や非営利活動法人への寄付、政党寄付金への要請も同法の規制対象となる。

TPSの運用は、勧誘業者が消費者の登録リストを取得するときに支払っているライセンス料によって賄われています。この費用を勧誘業者に支払わせる動機づけとしては、電話勧誘を希望しない個人へ電話をした場合、電話を受けた相手は積極的な反応をせず契約成立に至る可能性も低いことから、結局お金の無駄遣いとなること、また、多くの消極的な対応にスタッフの士気は下がり、販売に否定的な影響を与えるからと説明されています。そのため、TPSの登録リストがあれば、適切に電話勧誘を続けられるので、ライセンス料を支払ってリストを取得する価値を見いだすことができます。そして、TPSの運用費用に税金を利用しないことによって、政府によるオプトイン規制をすべきとの動きを抑制できるとも説明されています。

＊9　Information Commissioner's Office
情報権の保護を行う行政機関である。

現在の状況

現在、TPSには約2100万件の電話番号が登録されています。また、2013年からTPS Assuredという当該事業者の適正性を担保する認証制度も導入され、消費者の信頼を確保するよう努めています。

なお、TPSへ登録したにもかかわらず電話勧誘がやまない場合、消費者はTPSもしくはICO＊9に申し出を行い、ICOがそれを受けて当該事業者に対して改善命令を出しますが、当該事業者がそれに従わない場合には、50万ポンドを上限として民事制裁金を課すことができます＊10。

近年、TPS・ICOに寄せられた電話勧誘に関する相談件数は、月平均5,000件から6,000件程度となっており＊11、ピーク時の相談件数と比較すると、かなり減少しています。

＊10　DPA55A条～55E条
＊11　https://ico.org.uk/action-weve-taken/nuisance-calls-and-messages/

アメリカのDo-Not-Call制度

導入に至った経緯

アメリカのDo-Not-Call制度は、“National Do Not Call Registry（全米電話勧誘拒否登録制度）”と呼ばれています。

アメリカでは電話勧誘の数が増え、中には消費者のプライバシーを侵害し、公共の安全を危険にさらすものもあったため、既に1991年から電話利用消費者保護法(TCP法)＊12により、不招請勧誘に一定の制限が加えられていました。また、連邦通信委員会(FCC)＊13は、1992年にTCP法実施規則を制定し、事業者に対し、電話勧誘を拒否する旨の意思表示をした者の電話番号が登録されたリストを作成・管理し、その登録者に対して電話をしない義務を課しました。その後、1995年に連邦取引委員会(FTC)＊14によって制定された電話勧誘販売に関する規則は、事業者に対し、電話勧誘拒否の意思表示をした消費者のリストについてTCP法実施規則と同様の義務を課しました。

こうして、アメリカでは、FCCとFTCによる２本立ての規制がされていましたが、その間、アメリカ市場における電話勧誘の状況が大きく変わりました。具体的には、TCP法が制定された1991年には電話勧誘を受けた者の数が１日に約1800万人であったのに対し、2003年には約１億400万人まで増加し＊15、電話勧誘市場はアメリカにおける最大のダイレクトマーケティング市場となり、被害も年々拡大していました。

そのようななか、2003年からDo-Not-Call制度が実施されることとなりました。この登録

＊12　Telephone Consumer Protection Act of 1991
＊13　Federal Communications Commission
＊14　Federal Trade Commission
＊15　制度導入時の立法資料による数値

制度は、FTCによって運用され、FTC、FCCそして州政府によって執行されています。なお、この制度は、州がより厳格な電話勧誘規制を定めることを禁止するものではないため、その導入前からのものを含め、大半の州において州レベルでの登録制度が存在していましたが、ほとんどの州において、この制度による規制に一本化されました。

制度の内容と効果

電話勧誘を受けたくない消費者は、電話またはウェブサイト＊16を通じて、その電話番号（事業用のものを除きます）を無料かつ無期限で登録することができます（図）。番号の保有者が変わった場合には、その番号は自動的にリストから削除されます。州外・州内の電話勧誘ともに適用対象となりますが、政治団体、慈善団体、電話調査、消費者との間に既存の取引関係がある会社（最後の取引行為があったときから18カ月の期間についてなど）等は適用除外とされています。消費者が事前に書面で同意をした場合や、商業目的ではない電話についても同様です。適用除外となっている団体に代わって電話勧誘を行う第三者や、実際には販売勧誘を伴う調査名目の電話も対象となります。

事業者は、指定のウェブサイトに登録することによってリストにアクセスすることができ、リストを電話勧誘以外の目的に使用することは禁止されています。この登録は12カ月間有効で原則として有償であり、事業者は、少なくとも31日に1回、自己の電話勧誘対象者リストをこのリストと照合しなければなりません。事業者が登録をせずに電話勧誘を行った場合には、勧誘をした番号がリストに登録されていないときでも、各違反行為につき最高16,000ドルの民事罰を課せられることがあります。登録番号に対して電話勧誘を行った場合も同様です。リストへの違反行為があった場合は、消費者は、FTCやFCCに対して苦情申し立てを行うほかに、事業者に対して訴えを提起することもできます。執行機関による是正措置も定められています。

執行状況をみると、FTCによる執行事例は2013年までに105件あり、民事罰は1億2600万ドル、被害回復・利得吐出しは7億4100万ドルをそれぞれ超えていました＊17。また、FCCによる執行の代表例としては、リストへの違反行為のあったSprint Corporation社に対して提起した訴訟について、2014年5月に、同社が750万ドルを支払う内容で和解したことが挙げられます＊18。

この制度を導入したブッシュ政権の2009年の大統領経済報告＊19によると、2007年までにアメリカの人口の72%がリストに登録し、そのうちの77%が電話勧誘の数に大幅な減少がみられたと評価していたとのことです。また、FTCの発行したこの制度のデータブック（2014年度版）＊20では、2014年9月30日現在の登録件数は2億1785万5659件（その前年の同時期は2億1340万640件）とされています。

図　消費者がリストに登録するためのウェブサイト

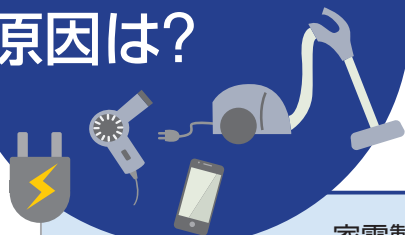
次回はインド、オーストラリアのDo-Not-Call制度を紹介します。

＊16　https://www.donotcall.gov/

＊17　公的ヒアリング手続におけるFTCのステートメント http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CHRG-113shrg85765/pdf/CHRG-113shrg85765.pdf

＊18　https://www.fcc.gov/document/sprint-pay-record-75m-resolve-do-not-call-investigation

＊19　http://georgewbush-whitehouse.archives.gov/cea/ERP_2009_Ch9.pdf

＊20　http://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/national-do-not-call-registry-data-book-fiscal-year-2014/dncdatabookfy2014.pdf

電子レンジ(1)
−庫内の発煙・発火−

国民生活センター 商品テスト部

家電製品のトラブル事例をもとに、その事象の起きた原因、製品のしくみ、相談現場での聞き取りのポイントや製品を安全に使うための注意点などを解説します。

事例 1 陶器製コップに水を入れ、電子レンジで温めたところ、庫内の右側から火花が出た。

事例 2 レンジ機能で焼き芋を作ろうとサツマイモをラップせずに皿に載せ、700Wで7分間加熱したところ、およそ5分後に、発火、煙が出た。

電子レンジの加熱原理と庫内の構造

電子レンジは2450±50MHzの周波数を持つ電磁波(以下、マイクロ波)を利用して加熱を行います。このマイクロ波は電子レンジに内蔵されたマグネトロンと呼ばれる装置から照射され、1秒間に約24億5000万回という速さでプラスとマイナスの極が入れ替わる振動をしています。このマイクロ波の振動により、加熱対象物に含まれる水分子が振動し、このとき発生する熱によって加熱されます(図1)。

図1 電子レンジによる加熱(イメージ)

①ターンテーブルあり

②ターンテーブルなし(フラット)

写真1 庫内のタイプ(例)

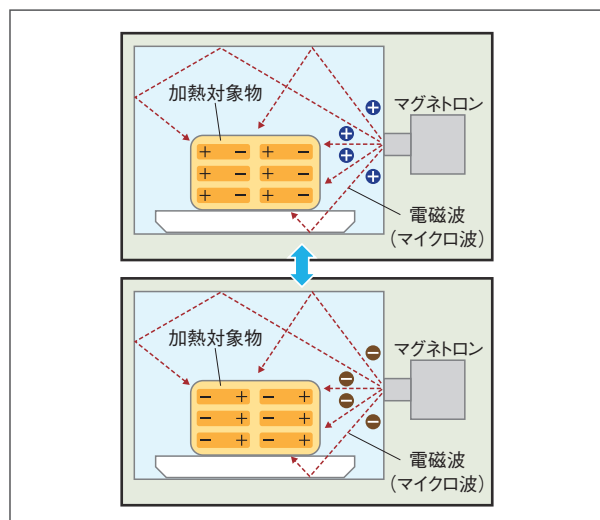
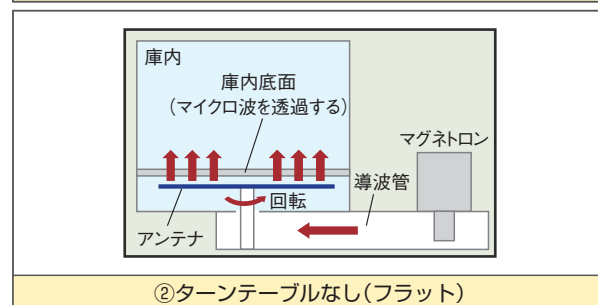
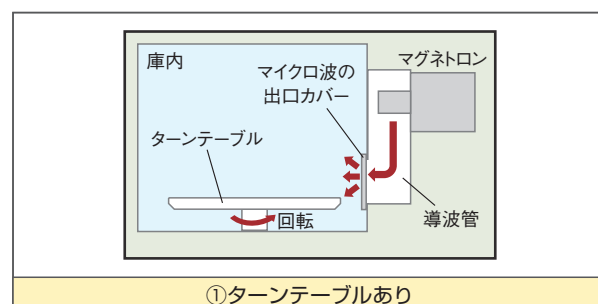



図2 タイプ別の構造(イメージ)

また、電子レンジには、庫内にターンテーブルを設置し、加熱対象物を回転させて特定の箇所からマイクロ波を照射するものと、庫内にターンテーブルがなく、底面の下(内部)に設置されたアンテナを回転させてマイクロ波を拡散させるものがあります(**写真1**、**図2**)。

庫内壁面の発煙・発火が起きる原因

電子レンジ庫内壁面の発煙・発火に関する相談の中にはマイクロ波の出口カバーとみられる部位から発煙・発火した事例がみられます。このカバーはターンテーブルのある電子レンジに設置されており、マイクロ波を庫内へ送る導波管の出口に取り付けられています(**写真1**①、**図2**①参照)。この付近はマイクロ波が集中するため、カバーに食品カスなどが付着していると、その部位が一気に加熱されて温度が上昇し、発煙・発火に至る可能性があります(**写真2**)。

庫内の食品が発煙・発火する原因

電子レンジ庫内での食品の発煙・発火に関する相談では、加熱のし過ぎが原因と考えられる事例がみられます。一例として、電子レンジの加熱出力を600～800Wに手動設定し、冷めた焼き芋(約100g)をラップせずに加熱を続けたところ、約4分経過後に焼き芋から発煙し、さらにその後1分ほどで煙が大量に吹き出して発火に至りました(**写真3**)。

安全に使用するための注意点

- 庫内のマイクロ波の出口カバーに食品カスが付着していると、その部位にマイクロ波が集中し、発煙・発火することがあります。また、出口カバー以外であっても、庫内の汚れを放置していると、こびりつきやさびのほか、発煙・発火の原因にもなります。日頃からこまめに手入れを行い、付着した汚れはその都度拭き取るようにしましょう。
- 電子レンジで食品を加熱し過ぎると、発煙・発火することがあります。食品によっては短時間で加熱が進むことがあり、思わぬ事故を引き起こす可能性があります。取扱説明書に従い、適切な設定をするようにしましょう。また、調理する食品について、取扱説明書に記載がない場合や加熱の判断が難しい場合は、加熱時間を短めに設定し、ようすを見ながら加熱するようにしましょう。
- 万一、庫内で発煙・発火したとき、扉を開くと酸素が急激に入り、炎の勢いが増してさらに危険になる可能性があります。慌てずに動作を停止させて電源プラグを抜き、扉を開けずに煙や火が収まるのを待ちましょう。それでも鎮火しない場合や、扉が開いてしまった場合は水などで消火しましょう。

次回は電子レンジの突沸について取り上げるとともに、相談受付時の聞き取りのポイントについても解説します。

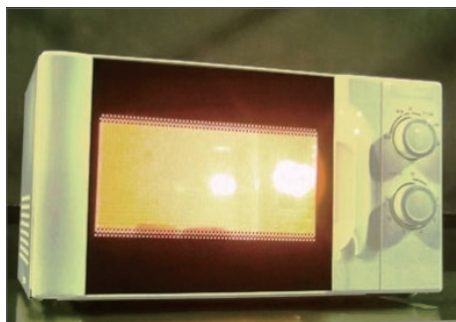



写真2 庫内壁面からの発煙・発火　　焦げたマイクロ波の出口カバー

写真3 食品(焼き芋)の発煙・発火

食品の安全性や品質を科学的な視点で解説し、食品表示の見方や課題、「食品表示法」などを紹介します。

第10回

生鮮食品の原産地表示

板倉 ゆか子 Itakura Yukako 消費生活アナリスト
元国民生活センター商品テスト部調査役。放送大学非常勤講師、
公益社団法人全国消費生活相談員協会関東支部食の研究会顧問。

産地に関する食品の表示ルール

食品の産地に関する義務表示項目には、生鮮食品の「原産地」、加工食品では「原料原産地」と輸出国を示す「原産国」があります＊1。

生鮮食品の原産地表示ルールは、農産物、畜産物、水産物それぞれの生産実態の違いを考慮して、表のように定められています＊1。

農産物のほとんどは、種をまいた場所で生育し収穫されます。しかし、例えばしいたけ菌を植え付けた原木または菌床（種菌を植え付けた培地のこと）は、生育場所を移動させることが可能です。そのため、海外で植菌された菌床を輸入し国内で生育・収穫した場合には、国内の収穫地名が産地として表示されることがあります。

	国産品	輸入品
農産物	都道府県名を表示（市町村名その他一般に知られている地名を原産地として表示することができる）。	原産国名を表示（一般に知られている地名を原産地として表示することができる）
畜産物	国産である旨を表示（主たる飼養地が属する都道府県名、市町村名、その他一般に知られている地名を原産地として表示することができる）。	原産国名を表示
水産物	水域名または地域名（主たる養殖場が属する都道府県名をいう）を表示。水域名の表示が困難な場合は水揚港名または水揚港が属する都道府県名を表示することができる。	原産国名を表示（水域名を併記することができる）

表 生鮮食品の原産地の表示方法

＊1 「食品表示基準」消費者庁
http://www.caa.go.jp/foods/pdf/150320_kijyun.pdf

生育期間が長い畜産物と水産物では、飼養、生育過程で、産地を移動する場合がよくみられるので、最も生育期間が長かった地域を産地として表示する規則になっています。そのため、カナダで生まれ育った子馬が輸入され、出荷直前に阿蘇で育ち、国内で屠（と）畜されても、カナダのほうが生育期間が長い場合には、カナダ産と表示しなければなりません。実際、それを「熊本産」と表示して販売した事業者は違反を問われ、事業者名等が公表されたことがあります。

一方、松坂牛などの産地銘柄牛の場合、子牛の出生地が必ずしも銘柄の地名と同じでなくても、「主たる飼養地」と「銘柄等に含まれる地名」が同一である場合には、原産地名の省略ができます＊2。しかし、銘柄に記載された地名が属する都道府県と、主たる飼養地（最長飼養地）が属する都道府県が異なる場合、銘柄名のほかに主たる飼養地が属する都道府県名を記載しなければなりません。このような例に名古屋コーチン（正式な品種名は名古屋種）があり、愛知県以外の都道府県の産地表示を店頭で見かけることがあります＊3。

ちなみに、国産の牛精肉には、牛トレーサビ

＊2 「銘柄食肉の表示20」全国食肉事業協同組合連合会
http://ajmic.or.jp/kumiai/2015pdf/P46_20.pdf
「『食品表示基準Q&Aについて』第3章生鮮食品」消費者庁
http://www.caa.go.jp/foods/pdf/150331_qa5-seisen.pdf

＊3 「『名古屋コーチン及びその鶏卵肉に関する基準』に基づく民間ふ化場等及び飼養農家の公表」愛知県
http://www.pref.aichi.jp/0000016673.html

リティ法（牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法）によって、10桁の個体識別番号を記載する義務があるので、独立行政法人家畜改良センターのサイトで検索すると飼養地を詳細に知ることができます＊4。しかし、輸入牛肉や、国産であっても内臓、舌、こま切れ、ひき肉、牛肉を原材料とする加工品や調理品には、この番号を表示する必要はありません。

水産物も同様で、中国から輸入したハマグリを国内で浜にまいても、中国での生育期間が長ければ、中国産と表示しなければなりません。

水産物の表示は、原則、水域名となっていますが、水域名の表示が困難な場合、水揚げされた港名やその港のある都道府県の表示ができます。例えば太平洋で捕れたまぐろには、焼津、静岡県などの表示もみられます。

水域が同じ国内の例では、豊後水道で釣れた鯖（さば）や鯵（あじ）が大分県大分市の佐賀関で水揚げされると関さばや関あじになり、愛媛県側の漁港に水揚げされると岬（はな）さばや岬あじと呼ばれ、ブランド名にもかかわるものがあります。

また、船籍で産地が決まる場合もあります。公海で日本船籍の船が捕った場合には、国産になりますが、同じ公海でも韓国の船が捕れば産地が韓国となります。ただし、生産水域名として「（オホーツク海）」などの併記が推進されています（図）＊5。

図　船籍と水産地

＊4　https://www.id.nlbc.go.jp/top.html

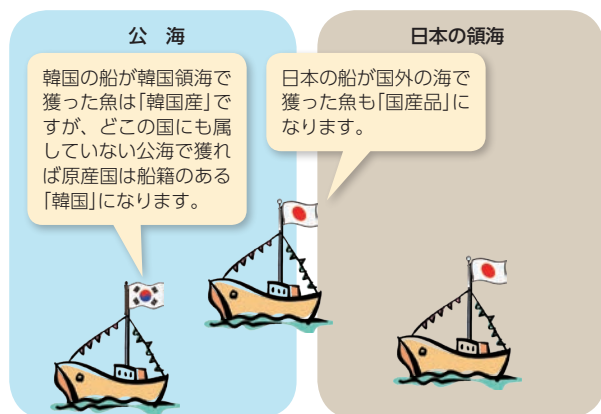
なお、農産物の栽培者や養鶏場の氏名および住所が表示されている場合は、原産地表示がされているものとみなされ、原産地表示の項がなくてもよいことになっています。

原産地表示の偽装に対する対応

過去に国内で流通しているアサリが外国産にもかかわらず、正確に表示されていなかったとメディアで取り上げられたことがありますが、産地判別方法が開発され、利用されるようになっています＊6。

しいたけの場合は植菌した時点を起算日として、畜産物同様のルールで原産地を表示するよう指導されています＊7。

食品表示法第19条では、「食品表示基準において表示されるべきこととされている原産地（原材料の原産地を含む）について虚偽の表示がされた食品の販売をした者は、２年以下の懲役又は200万円以下の罰金に処する」と定められており、法人の場合は１億円以下の罰金刑が科されます。

景品表示法第４条第１項第３号の規定に基づく告示である「商品の原産国に関する不当な表示」（昭和48年公正取引委員会告示第34号）により、商品の原産国について、消費者が判別することが困難である場合は、不当な表示として以前から規制がされています。景品表示法では、広告などの不当表示についても規制の対象になります。

＊5　公益社団法人全国消費生活相談員協会「ブックレットシリーズ81『これだけは知っておきたい食べものの話』」一部書き直し

＊6　「あさりの無機元素組成による原産地判別の検討」財務省関税中央分析所
http://www.customs.go.jp/ccl_search/info_search/inorganicss/r_50_14_j.pdf
「精度の高いアサリの産地判別法」国立研究開発法人水産総合研究センター
www.fra.affrc.go.jp/tokkyo/patent/PDF-list/171-178.pdf

＊7　「しいたけ原産地についての考え方の普及徹底について（依頼）」林野庁
http://www.rinya.maff.go.jp/j/tokuyou/tokusan/megurujoukyou/pdf/2-4hyouji.pdf

海外ニュース

文／安藤 佳子 Ando Yoshiko

香港　光による脱毛の潜在的リスクを明らかに

●HKCC ホームページ　http://www.consumer.org.hk/website/ws_en/news/press_releases/p46304.html　ほか

「痛くない」「永久」などと広告される脱毛について、HKCC（香港消費者委員会）では、やけどなどのリスクを指摘している。2012年10月に香港政府保健省とHKCCの間で情報交換制度が確立されて以降、HKCCでは103件の美容施術関連の苦情を受け付けた。そのうち61件はレーザーやIPL*という光学機器を使用した施術であった。いずれもムダ毛を処理したい部分にさまざまな周波数の光線を照射すると毛包中のメラニンがこの光を吸収して発熱し組織を破壊、その結果脱毛に至るというしくみ。IPLはレーザーよりも広範囲の周波数を使用するため、操作に注意を要し、強く照射すれば高い効果が得られる反面、やけどなどのリスクも増す。「永久脱毛」が可能かは、毛包中のメラニン量、照射する波長や強さなどにより異なるが、施術後再び生えるまでの期間が通常よりも長くなったら（4カ月～1年）効果があったとされ、量は80％減れば良いとされる。IPLのほうが施術回数を多く要し、エステサロンでは腋窩脱毛には2年ほどかかると話している。

HKCCは、脱毛効果には個人差があり、一般に肌の色が薄い人ほどメラニンが少ないため光吸収率が低く、脱毛効果は出にくく、肌の色が濃いと過剰な光吸収によるやけどのリスクがあるとする。消費者への注意点として ●施術者が専門資格を有するかを確認する ●目立たない小部位でテストする ●熱く感じたらすぐに施術者に知らせる ●施術期間中は日焼けをしないなどをあげ、施術者側には ●使用機器、施術内容、リスクの説明 ●施術記録を施術者間で共有するなどを求めている。

＊　intense pulsed lightの略

イギリス　チャイルドシートの最新安全基準

●Which? ホームページ　http://www.which.co.uk/news/2015/04/i-size-car-seat-regulations-come-into-force-399945/
http://www.which.co.uk/news/2015/05/new-i-size-car-seats-regulation-confuses-parents-403290/　ほか

イギリスでは4月からチャイルドシートの新たな安全基準（UN/ECE R*1 129：通称i-Size）が施行され、当面（少なくとも2018年まで）は現行基準*2と併用されることになった。そのため、保護者たちは混乱している。Which?が5歳以下の子どもを持つ1,000人を超える保護者にi-Sizeについて調査したところ、1歳以下の乳幼児の親でも66％がi-Sizeを知らなかった。18％が施行に関し聞いたことはあるが詳しくは知らないと答え、内容まで理解していたのはわずか11％にとどまった。

i-Sizeのねらいの1つは、自動車事故の25％を占める側面衝突における子どもの保護強化である。このため、製品の承認に際し、従来の正面衝突と追突の安全性テストに加え、側面衝突テストを導入。また、チャイルドシートの使用時期区分を体重別から身長別にし、後ろ向きでのチャイルドシートの使用は生後15カ月までを義務とした。また、身長105㎝（およそ4歳程度）まで後ろ向きでの使用が可能な商品もある。使用義務期間が延長されたことで、体重の25％を占める乳幼児の頭部が衝突の衝撃による損傷からいっそう保護されることになる。さらに、シートベルトによるチャイルドシートの固定では誤使用による固定不十分が起こりやすいことから、i-SizeではISOfix*3による固定のみとした。

Which?は、i-Size対応チャイルドシートの購入を急ぐ必要はないとし、後ろ向きでの使用を可能な限り長くするなどの、安全確保を勧めている。

＊1　国連欧州経済委員会規則
＊2　日本も採用しているUN/ECE R44.04
＊3　自動車の後部座席にチャイルドシートを固定する方法の国際標準規格

文／岸 葉子 Kishi Yoko

オーストリア 美容外科手術前の説明が不十分

●VKI『消費者』2015年5月号 http://www.konsument.at/gesundheit-kosmetik/schoenheitschirurgen-beratungsqualitaet
●美容医療の施術に関する連邦法（ÄsthOpG） http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2012_I_80/BGBLA_2012_I_80.pdf

オーストリアでは、自分の外見に満足できない男女が増えており、国内での美容外科手術は年間5万件に上る。特に、まぶた矯正、豊胸、脂肪吸引、植毛が人気だという。周辺諸国で受ける手術件数に至っては数えきれない。このようななか、VKI（オーストリア消費者情報協会）は美容外科医による手術前の説明が適切かどうか、過去2回の調査を行った（『消費者』2006年9月号、2010年1月号）。2012年に「美容医療の施術に関する連邦法」（ÄsthOpG）が施行されたことから、説明が改善されたかどうか調べるため、3回目の調査を行った。今回は、国内15医師のもとに調査員2名を送り込み、鼻矯正、まぶた矯正の個別面談を受けさせて、同法が定める事項を適切に説明したかを調査した。

同法では、美容外科手術等を実施する医師に資格要件を設けるとともに、施術前に詳細な説明義務を課している。例えば、面談の際は、説明内容等を記した手術パス（Operationspass）を患者に交付し、説明の度に両者が署名するしくみである。一定金額以上の施術には、料金プランを書面にして渡す必要もある。また、若年者の健康を保護するため、16歳未満への手術を禁止し、16歳以上18歳未満への手術には、厳格な要件を付すこととした。

ところが、同法の要求を満たしていたのは、3医師だけだったという。多くの医師は、一部の義務しか遂行しておらず、特に不十分だったのが、副作用や合併症による追加手術に関する説明だった。料金プランや手術パスも、最初の面談時には交付されない例が目立った。同協会は、手術の前に、リスクについても十分考えるよう助言している。

ドイツ 鉱物油入り化粧品は避けたほうが無難

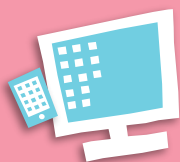
●商品テスト財団『テスト』2015年6月号 https://www.test.de/Mineraloele-in-Kosmetika-Kritische-Stoffe-in-Cremes-Lippenpflegeprodukten-und-Vaseline-4853357-0/
●商品テスト財団『テスト』2015年3月号 https://www.test.de/Koerperoele-im-Test-Wie-pflanzliche-Oele-die-Haut-pflegen-4817892-0/

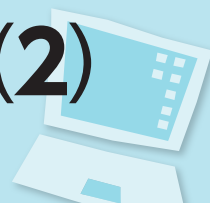
鉱物油とは、石油を原料として精製される油である。保存性がよく、価格が手頃なことから、さまざまな化粧品に配合されている。化粧品成分としては、ミネラルオイル、パラフィン、セレシン、マイクロクリスタリンワックスなどと表示されることが多い。

商品テスト財団では、鉱物油をベースとする化粧品類25商品（ワセリン5、リップクリーム3、ボディーオイル3、ヘアワックス3など）を対象に、芳香族系鉱油（MOAH）が含有されているかどうか調べた（『テスト』2015年6月号）。きっかけとなったのは、その数カ月前に実施したボディーオイル9商品のテスト（同誌2015年3月号）である。植物油系をうたう商品ばかりを対象にしたはずが、1商品から“疑惑の”MOAHが検出されたからである。

MOAHが健康に及ぼす影響について、現時点では完全に解明されたわけではない。しかし、EFSA（欧州食品安全機関）は、MOAHを口から摂取することで、条件によっては変異原性、発がん性を引き起こす可能性があるとしている*。

このようななか、今回25商品のすべてからMOAHが検出された。特に、ワセリンに含まれる割合が4.8～9.0％と高かった。同財団が最も危惧するのは、0.6～1.4％のMOAHを含むリップクリームからの摂取である。唇に塗布するため、口から体内に取り込まれる可能性が高いからだ。そこで同財団は、鉱物油入りのリップクリームは避けるべきだとする。それでも不安な人は、鉱物油入りの他の化粧品も使わないほうが無難だと助言する。

* EFSAホームページ
http://www.efsa.europa.eu/en/efsajournal/pub/2704.htm

原田 由里 Harada Yuri　一般社団法人 ECネットワーク理事
2006年4月ECネットワーク設立。ネット取引のトラブル相談にオンラインで対応。消費生活専門相談員、消費生活コンサルタント、消費生活アドバイザーの資格を持つ。

インターネット取引のトラブル(2)
―国内型のニセモノ・未着トラブル―

前号にて、越境型の「ニセモノ」販売サイトを取り上げました。しかし、「ニセモノ」販売サイトや詐欺疑いのサイトは、残念ながら海外に限った話ではありません。越境型と比べれば決して多くはありませんが、国内のサイトでも実は同じような相談が寄せられています。

その背景に何があるのか、その考え方などについて説明したいと思います。

ショッピングモールのケース

(1)ショッピングモール(以下、モール*1)内の店舗で、有名メーカーの靴を注文した。住所は国内だったが担当者は外国人名で、その後、海外から商品が届いたが、おそらくニセモノと思われる。電話しても通じず連絡が取れない。モールに苦情を言ったが、店舗と直接交渉してほしいと言われている。

(2)モール内の店舗でブランドバッグを90,000円で注文し、金融機関口座ではなく指定された収納機関番号を使ってATMから振り込みをした。モールから手続き完了メールが届いたが、その後店から一切連絡はない。連絡がほしいと伝えたら取引が勝手にキャンセルされた。しかし返金されない。モールに問い合わせると、その店は既に退店した、店からの連絡を待てと言われるだけで、モール側も連絡が取れないようである。

国内の大手モールの中にも、ときどき、権利侵害品の販売が疑われる店が出てきます。

そもそも、国内モール内の店舗は、日本に所在地のある販売者だけとは限りません。出店するには、まずは各モールによる事前審査が行われますが、この審査内容はモールにより若干差があり、非常に厳格なところもあれば、そうではないところもあるようです。当然、各店舗が販売する膨大な数の商品のチェックに関しても同様のことがいえます。

そのため、国内モールの知名度を利用して、悪質な販売者や商品が入り込んでくる可能性があります。知名度の高いモール内の店舗だから絶対安全だと過信せず、店舗の信用性については購入時に個別に判断する必要があります。

モール上での支払いに関しては、購入者が前払いを選択する際、販売者側の口座番号を直接購入者に知らせずに代金を受け取る手段も用意されています。(2)のように、収納機関番号で支払いが可能な手段のほか、モール側で統一した振込専用口座を用意し、そこに振り込まれた代金を、モールが店の口座に振替する手段もあります。これは、モールをかたった詐欺サイトと間違えないよう配慮したものといわれています。

ただ、この場合、前払いで被害にあっても、販売者側の口座が分からないので、口座凍結や

*1　ここでは、電子商店街。複数の店舗を集めたインターネット上のサイトを指す。店舗との取引の「場の提供者」として存在する。

差し押さえはできません。モールに補償制度があればよいのですが、補償制度のないモールであれば解決は極めて難しくなるでしょう。

ショッピングサイトのケース

⑶ブランド時計を扱うサイトで15,000円の腕時計を注文した。しかし、届いた商品は粗悪なニセモノだった。返品・返金を求めたが手順を教えてくれず、値引きするので買うように言われた。断ると連絡がつかなくなった。サイトは「.jp」のついたサイトだった。

⑷ダウンコートを購入したがニセモノだった。メールをしても連絡が取れない。電話番号の記載が無く、記載の住所をマップで調べたがおそらく虚偽だろう。ショッピングサイトを提供するプロバイダが国内と分かったので、直接問い合わせをして電話番号を教えてほしいと伝えたが教えないと言う。

独立したショッピングサイトでも、国内のプロバイダを利用して「jpドメイン」＊2（以下、「.jp」）で権利侵害品を販売しているサイトもあります。「.jp」を取得し登録するには、基本的に日本国内に住所があることが条件となるため、「.jp」がついたサイトは、全世界どこででも取得可能な「.net」「.com」＊3などと比べ、これまで安全なサイトとみられてきました。

しかし、「.jp」を取り扱うプロバイダすべてが、「.jp」取得希望者に対し厳密な住所確認をしているとも限りません。これもモールと同じく差があるのが現状です。すると、⑶のように、「.jp」の信頼性を悪用したサイトに利用される可能性を残します。国内のプロバイダの中には、残念ながら営業を優先させ販売者側へのチェックが緩くなっているところもあるようです。

また、「.jp」に限らず、国内のプロバイダを利用して取得した「.net」「.com」のショッピングサイトにおいても、悪質な販売者が入り込み、連絡が取りにくい店舗が存在します。ショッピングサイトの中には、実際、販売者の住所や電話番号等の表示＊4が不備なところもみられ、その場合は、販売者とすぐに連絡不能になることもあります。その際、国内のプロバイダに対し、販売者の契約者情報の開示を求めても基本的には応じてくれません。

プロバイダ側では、販売者と契約を結ぶ際、法順守を強制していない背景がうかがえます。⑷のサイトは、その後、セキュリティーソフト上で詐欺疑いの警告が表示され、既に検索サイトの検索結果からも削除されていますが、いまだに販売を続けています。

有名なモールだから、日本に所在地がある販売者だから、といって盲信するのではなく、消費者側でも、買い物の際は、すべてにおいて、事前に連絡先等をきちんと確認する必要があります。できれば住所をマップで調べ、販売者として不審な点がないかどうか確認するとよいでしょう。

日本は、比較的事前審査の厳しい商習慣がありましたが、最近のモールなどの店舗状況ではインターネットで危険な取引に巻き込まれるきっかけが増える可能性があります。

ただ、仮に事前審査がなかったとしても、おそらく９割以上の販売者は真面目に商売をします。全体からみれば、悪質な販売者はほんの一部です。しかし、事前審査が厳しくない分、悪質な販売者が出店した場合は、それを速やかに排除し、そこで被害にあった人を救済するしくみ作りが同時に必要です。

＊2　ネットワーク上の住所を指す。「kokusen.go.jp」「ecnetwork.jp」と表現される。jpは日本を指すドメイン。

＊3　前号の越境型では、すべて「.jp」以外のドメインが使用され、かつ海外プロバイダの事例である。

＊4　特定商取引法第11条にて広告表示義務がある。

欠陥住宅被害に遭遇してしまったら

河合 敏男 Kawai Toshio
弁護士（第二東京弁護士会所属）
河合敏男法律事務所。国民生活センター紛争解決委員会特別委員、第二東京弁護士会住宅紛争審査会紛争処理委員、東京地裁調停委員等。

今回は、不運にも欠陥住宅被害に遭遇してしまった場合の対応について解説します。

建築士に相談する

クロスの貼り方がよじれているとか、設備機器に初期不良があるなど、軽微な不具合であれば直接施工者に言って、直してもらってもよいでしょう。しかし、根本的に何かおかしいなと思ったら、まず施工者とつながりのない建築士に相談するのが基本です。建築士は建物のお医者さんです。からだに不具合があるときはお医者さんに診断してもらうのと同じように、建物の不具合はまず建築士に相談してください。

欠陥原因をつきとめる

建物が欠陥かどうかを判断する場合には、欠陥現象と欠陥原因を区別して考えなければなりません。例えば、雨漏りは欠陥には違いありませんが、天井からぽたぽた雨滴が落ちてきたり、サッシ回りから雨水が浸み出してくるのは欠陥現象であって、欠陥の本質部分ではありません。重要なのはそのような現象が生ずる欠陥原因です。例えば瓦の重ね合わせが小さいために横風を受けて雨水が浸入するのであれば、瓦の重ね合わせ不良が欠陥原因です。サッシ回りの防水紙と水切りの納め方が間違っていたために、その隙間から雨水が浸入するのであれば、壁の防水のための基本的施工方法（以下、雨押さえ）の誤りが欠陥原因ということになります。欠陥原因が判明することによって、はじめて適切な補修方法を選択することができます。

欠陥原因から直す

瓦の重ね合わせ不良であれば、瓦の枚数を増やして再施工することが適切な補修方法になります。壁の雨押さえの不良であれば、サイディング＊1などの外壁仕上げをいったん撤去し、防水紙と水切りも撤去し、正しい順序と施工方法で雨押さえを施してから外壁仕上材を貼り直すというのが適切な補修方法になります。補修に代えて金銭賠償を求めるならば、これらの補修工事に要する費用が正当な権利として請求できる金額ということになります。

壁にひび割れが生じたという欠陥現象が見つかった場合はどうでしょうか。モルタル＊2壁の下塗りがよく乾かないうちに、仕上げの壁塗りを行うとひび割れの原因になりますが、そうであれば壁の塗り直しですみます。しかし、モルタルを塗る下地材料の止めつけの不良が原因でひび割れが生ずるのであれば、その下地から直さなければなりません。さらにもし建物が不同沈下してその影響でひび割れが生じているとすれば、基礎や地盤からの補修を考えなければならず、欠陥は重大な構造問題に発展します。

＊1　ボード状に仕上げられた既製品の乾式外壁材の総称。
＊2　セメント、砂、糊、混和剤、水からなる塗り材。

安易に補修させない

もし、欠陥原因を明らかにすることなく、ただ欠陥現象のみを指摘して補修を求めたとしたら、雨漏りの例でいえば、施工者は、ただ雨水の浸入してきそうなサッシ回りなどにコーキング*3を施して終わりにしてしまうかもしれません。コーキングで一時的に雨漏りは止まるかもしれません。しかし、それは対症療法をしただけで、根本的に欠陥を補修したことにはなりません。コーキングは2～3年で切れて、また同じところから雨漏りが始まる可能性があります。このような場当たり的な補修を繰り返すと、建物は汚損していき、しかも本当の欠陥原因が分からなくなり、やがて10年経つと保証期間切れと言って対応してくれないということになります。

このように、欠陥原因が不明のまま、安易に補修させるのは禁物です。雨漏りが発生して、慌てて施工者に補修を求めると、得てしてこのような場当たり的な対応をされてしまうので、要注意です。欠陥原因が重大であればあるほど、補修費用が大きくなるため、このような対応をされる可能性が高くなります。

客観的技術基準によって判断する

欠陥原因が明らかとなったら、それが法律上の瑕疵(かし)に当たるかどうかの判断は、客観的技術基準によって判断することが大切です。そうでないと、欠陥か否かについて、「これが一般的なやり方だ」「いやそうではない」といったような水掛け論になって解決の見通しが立たなくなるからです。例えば、筋かい*4の端部を数本の釘を斜めに打って留めつけている施工例がありますが、これでは地震時に簡単に引き抜けてしまい、筋かいとしての効力を発揮できません。平成12年建設省告示第1460号は、筋かいプレート*5を使用して接合するなど、確実に接合するための具体的な接合方法をいくつか定めており、ここに定める方法以外の接合方法は原則として認められていません。施工者がただの釘留めについて「これは一般的な施工方法だ」と言ったとき、告示の規定に違反していることを指摘することによって、説得力ある反論をすることができます。

客観的基準としては、建築基準法、同施行令、国交省告示などの法令の基準、日本建築学会の定める規準、住宅金融支援機構の標準仕様書などを挙げることができます。設計図書に明記されていれば、当然これも遵守(じゅんしゅ)すべき基準となります。

専門家の協力を受けながら交渉する

施工者と交渉するときは、建築士のアドバイスを受けながら交渉すべきです。欠陥原因を特定したり、客観的技術基準を探すのは、素人にはなかなか困難です。これに対して相手となる施工者は専門家です。私たち素人が1人で立ち向かっても、武器を持った相手に素手で立ち向かうようなもので、とても太刀打ちできません。また、示談交渉の代理は、法律上、弁護士以外に委任してはいけないことになっているので、自分で交渉する自信がないときや、内容が複雑でしっかりした合意書を作る必要がある場合などは、弁護士にも相談すべきでしょう。

*3　天然または合成の乾性油あるいは樹脂を主成分とした一成分形シーリング材。

*4　柱や梁（はり）などで作った4辺形の骨組（壁）に入れる斜材。壁の変形を防ぎ、地震力や風圧力に抵抗する。

*5　筋かいが引き抜けないように、その端部を柱・梁にしっかりと接合するために使用する金物。

第18回

消費者教育
実践事例集

新入社員を対象に事業所と連携した講座

笹野 智子 Sasano Tomoko　豊田消費生活センター　消費生活相談員

このコーナーでは、消費者教育の実践事例を紹介します。

はじめに

豊田、トヨタ…と聞くと誰もが自動車を思い浮かべる豊田市は、愛知県のほぼ中央に位置し県全体の17.8%を占める広大な面積を持つ街です。関連企業や大きな工場がいくつもある「車のまち」としての顔を持つ一方、７割を森林が占め、桃や梨など季節の野菜や果物を実らせる豊かな街としての顔を併せ持っています。

豊田消費生活センター（以下、当センター）は商業施設の中にあり、平日だけでなくゴールデンウィークと年末年始を除く土日祝日も相談を受けています。そのため平日に相談ができない会社員の人にも利用しやすくなっています。

他のセンターと同じように、消費者啓発事業の一環として高齢者や若者向けに被害未然防止講座を行っています。特に高齢者向けにはここ数年、市内の劇団「笑劇派」とのコラボで講座をしており、分かりやすい、面白いと好評です。

豊田ならではの啓発活動

このほか当センターでは事業所向けに講座を行っています。消費生活センターによる講座は新入社員研修の一コマとして定番となっており、年度替わりの４月初旬は相談員７人が総出で各事業所に出向いています。それ以外にも工場で働く若い工員を取りまとめるリーダーや職場相談員、寮生の世話をする寮務員対象の研修講座を行うこともあります。

不況や震災の影響で工場の稼働が休止になり、工員の給料が大幅に下がる可能性が出てきたときには、空き時間を利用した大々的なライフマネジメント講座を開いてほしいと要請されたこともありました。多重債務だけでなくライフスタイルに応じたお金の使い方について、多岐にわたる内容のものをとのことで、普段相談員が担当していない範囲についても苦労して準備をし、３日間続けて何百人も対象に講座を実施しました。

事業所とセンターとの連携

珍しいことだと言われますが、当センターでは市内の事業所からの要請があれば講座に出向いています。

このような事業所とのつながりができたのは、昭和の終わりごろからだと聞いています。当時、マルチ商法やアポイントメント商法が横行し、市内の寮生の多くが被害にあっていました。他府県から働きに来ている若者が休みの日に暇を持て余しているところに、女性から電話があればいそいそと出かけて契約させられることになるなど、寮生は悪質業者の格好のターゲットとなっていました。それが、大企業の事業所の社員ともなればクレジット審査も簡単に通ってしまい、２つ、３つと契約を重ね、多重債務に陥ることも珍しくありませんでした。当時の寮生の押し入れには、必ず羽毛布団と浄水器が入っていると言われたほどだったのです。

この状況を憂慮した当センターの当時の担当行政職員が、事業所の人事課に寮生に被害未然防止講座をさせてほしいと直談判し、初めて寮生対象の講座が実現しました。

これをきっかけに、職員、相談員が各事業所に社員向けの講座ができることをアピールし、徐々に講座数を増やしていきました。平成３～４年ころには新人研修に消費生活講座が毎年組み込まれるようになり現在に至っています。

事業所の要望をくみ取る

高齢者向けの講座とは異なり、事業所が希望する内容はさまざまです。いわゆる被害未然防止講座ではなく、多重債務についてだけ話してほしい、グループリーダーを対象にした基本的な話ではなくトラブル解決のための専門的、具体的な話を聞かせてほしいなど、少ない打ち合わせ時間で事業所の要望をくみ取り、どうまとめるかが相談員の最も苦労するところです。受講者数や時間、男女構成比、未成年者の比率などの把握も重要です。

特に要望がなければ基本的には若者向けの消費者トラブル対策を中心に組み立て、そこに必ず多重債務、クレジットやローンについての話を組み込み、お金の使い方について考えてもらうようにしています（**写真**）。

写真 消費者被害未然防止のための講習会

主に座学中心で若者が対象なので、パワーポイントを使ったり、DVDを見せたり、クイズ形式で考えさせたり、飽きさせないための工夫もしています。レジュメのほかに配る資料は、マンガ形式になったものなどなるべく読みやすいものを選んでいます。それでも読んでもらえないかもしれないと、ある相談員は新入社員にマンガの役になりきってもらって読み合わせを試み、大変好評だったという話も聞いています。

このようにそれぞれの相談員が得た経験や知識をお互いにフィードバックし、より良い講座をつくることをめざしています。

最後に

講座は年間13件ほど行っていましたが、社会情勢などにより新入社員が減少し、事業所内で独自に講座を行うところも増え、最近では１桁に減っています。そのような事業所にはDVDやパンフレットを提供するかたちで協力しています。

また、新人研修だけでなく社内研修や社内啓発を行っている事業所から、情報収集のための訪問を受けることもあり、最新のトラブル事例などを紹介しています。

現在は特に講座を増やすための取り組みは行っていませんが、消費者被害にあった社員の相談や上司からの問い合わせが講座の開催につながることは度々あります。

現在も１万人を超える寮生が市内で生活しています。その若者をねらった消費者被害はなくなっていないのが現状です。今後も当センターと事業所が協力し、若者が笑顔で働けるように厳しく見守る「豊田のお母さん」のような気持ちで啓発業務に取り組んでいきたいと思っています。

国民生活センター 相談情報部

過去の投資被害を回復すると言って金地金の25年間分割前払い購入契約をさせた業者

業者から電話があり、過去の投資被害を回復するなどと言われて信用し、金地金（きんじがね）を25年で分割前払いする購入契約をしたという事例を紹介する。

相談内容

業者から電話があり、金地金の購入の勧誘を受けた。その際、過去に別の投資で多額の被害を受けていたことを伝えると、業者の担当者が「当社の弁護士なら被害の全額を取り戻せますよ」と言った。その後、業者からパンフレットが送られてきたので中をみると、公安委員会の許可番号が書かれており、意味はよく分からなかったが、信用できる会社だと思った。

担当者と電話で話すうちに、25年間の分割前払いで金地金２キロを約900万円で購入する契約をすることになり、前払い金の一部として約200万円を業者の口座に振り込んだ。残額は、月々約３万を支払うことになった。後日、業者から契約書などの書面が郵送されてきたが、記入せずにそのままにしていた。

その後、家族に相談したところ契約を止められたので、担当者に「契約をやめさせてほしい」と伝えた。しかし、いろいろな理由をつけて「儲（もう）けが出るまで待ってほしい」などと言われ、何度もやり取りをしているがいまだに返金されず、被害を回復するという約束も果たされない。

被害回復をしてくれるというので担当者に言われるままにお金を支払ったが、金地金で儲けるつもりはまったくない。支払ったお金を返してほしい。（70歳代　女性　無職）

結果概要

国民生活センター（以下、当センター）では、契約書などの書面を相談者から取り寄せて契約内容や経緯等の確認をしたうえで、相談者には、契約に至る経緯や相談者が求めている内容（支払ったお金を返してほしいこと）を記載した書面を業者に送付するようアドバイスした。そのうえで、当センターから業者に連絡をして、今回の契約について確認した。業者からは「相談者とは契約書をまだ交わしていないこともあり、契約は成立していないと考えているが、会社の資金繰りが困難で一括返金はできない」との説明があった。

当センターからは、相談者からの再三の返金要求に業者は応じておらず、これ以上譲歩して返金の時期を遅らせることはできないので、再度一括返金を検討してほしいと伝えた。

何度か同じようなやり取りを続けたところ、業者が2回の分割で返金する案を提示してきたため、決めた期限までに相談者の口座に振り込むという内容で合意した。その後、合意書の内容のとおりに返金があったことが確認できたため、相談を終了することとした。

問題点

① 契約内容の一般的な特徴と問題点

金地金を25年間以上などの長期分割の前払いで購入する契約については、2012年11月に当センターが注意喚起をした*ものであり、一般的に次のような特徴と問題点がある。

㈠ 金地金の現物引き渡しは、長期間の分割前払いが完了した後である

この契約は、金地金の現物購入契約でありながら、購入代金の支払いは25年以上などの長期間に及ぶ分割前払いであり、金地金の現物はその購入代金の全額を支払った後に引き渡されるものとなっている。

契約金額には代金のほかに高額な手数料(契約金額の10%などといったケースがある)が含まれ、契約後に頭金を支払った後、残金は月払いとなっている。支払い回数は、例えば25年間の分割払いであれば300回となる。

同種事例では、60歳以上の高齢者に25年以上にわたる長期間の分割前払いによる金地金の取引を契約させるケースが非常に多く、特に70歳代、80歳代で契約した場合には、金地金の現物の受け取りが100歳を超えることもある。

このようなケースでは、多くが電話勧誘販売や訪問販売であることから特定商取引法に定める適合性に反する勧誘に当たるおそれがある。加えて、高齢者に対して高額な長期前払い契約を締結させている場合で、適合性に反する程度が著しい場合は、公序良俗に反する契約として無効を主張できる可能性もあると考えられる。

㈡ 中途解約時は金地金価格の差額で清算し、さらに手数料がかかることも…

契約書では分割前払いが完了する前に中途解約することができるとなっているが、中途解約する場合の既払金の清算に関しては、解約時までに支払った金額に、契約した金地金の全体数量に解約時と契約時の金の価格の差額を掛け合わせた金額を加え(値下がりした場合にはマイナス)、この金額からさらに高額な解約手数料を差し引き、返金額が決まるケースもある。この場合、契約時の手数料に加えて、中途解約時にも手数料が必要となっているため、返金額に納得できないというトラブルも多い。

勧誘時に「金が値上がりしたときに中途解約すればいい」といったセールストークもみられるが、実際に金が値上りした際に中途解約を申し出ても、解約手数料を差し引かれると既払金を大きく下回る額しか返金されなかったケースもある。

②本件の問題点

本件では、過去にも投資被害にあっていた高齢者に対して、被害回復ができるなどと言って信用させ、25年間分割前払いでの金地金購入(約900万円)を契約させているものであったが、契約書はまだ取り交わされておらず、業者自らも「契約は成立していない」という見解であった。しかし、既払金は分割で返金するという主張であったため、当センターにおける交渉は、契約の内容自体や販売方法の問題点よりも、既払金の返金の分割回数などが主な論点となった。

本件と同種のトラブルに関する相談は、最近でも全国の消費生活センターに寄せられている。相談対応等に当たっては販売方法や契約内容に問題がないか注意する必要がある。

*：国民生活センターホームページ「受け取りは105歳になってから!? 金地金の分割前払い取引のトラブルが増加－訪問販売や電話による現物積立まがいの勧誘にご注意－」
http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20121101_2.html

山村 行弘 Yamamura Yukihiro 弁護士。第一東京弁護士会所属
一般民事・刑事事件、知的財産、法律相談などを手がける。
協力：萩谷雅和（萩谷法律事務所）

Q 実際の飲食代金と請求金額が違っていたら？

相談者の気持ち

飲食店で食事をし、支払いを済ませたところ、実際に注文したメニューより安い金額でした。店が代金の間違いに気づき、不足分を請求してきた場合、支払わなければならないでしょうか？

A

一般的に契約は、「申込み」とそれに対する「承諾」によって成立すると考えられています。

これを飲食店におけるやり取りに当てはめると、客が食べ物や飲み物を注文することが「申込み」に当たり、店側がその注文を受けることが「承諾」に当たります。この「申込み」と「承諾」により、飲食物を提供する契約が成立することになります。より具体的にみると、例えば客が1,000円のA定食を注文して、店側がその注文を受けると、客と店側との間には、店側が客に対しA定食を提供し、客は店側に対しその対価として1,000円を支払う債務を負うこととなります。

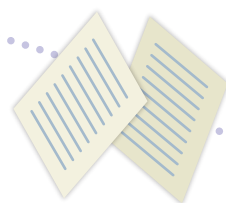
では、客が1,000円のA定食を注文し、店側も客に対してA定食を提供したにもかかわらず、店側が誤って800円しか請求しなかった場合、法的にはどのような状態にあるのでしょうか。

この場合、前述のように、客は店側に対してA定食の対価として1,000円を支払う債務を負っています。そして、この債務を消滅させるためには1,000円を支払うか、店側から免除を受けることが必要です。したがって、800円を払っただけでは債務全額は消滅しておらず、200円の債務が残っている状態となります。仮に、店側がサービスで1,000円のところを800円におまけしてくれたのであれば、残りの200円は免除されたものとして、債務全額が消滅することになりますが、店側が誤って800円を請求したに過ぎず、明確な免除の意思表意がない場合は、この200円の債務は残ったままとなります。

したがって、後に店側が請求代金が間違っていたことに気づき、不足分の200円を請求されたときは、客はこれを支払わなければなりません。

では、客が少なく請求されたことに気づいていながら、店側がそれに気づく前に黙って店を立ち去ってしまったような場合、客は民事上の債務不履行のほかに何らかの刑事上の責任を負うのでしょうか。

このような場合、客は、請求が少ないことに気づいた時点で、そのことを店側に申告すべき義務があると考えられています。そして、その義務に反し、店側に請求が少ないことを申告せずにそのまま店を立ち去った場合は、「不作為による欺く行為」があったものとして、詐欺罪（刑法246条）が成立する可能性があります。

暮らしの判例

消費者問題にかかわる判例を
分かりやすく解説します

国民生活センター 相談情報部

窓工事に欠陥があった新築住宅の建築を請け負った施工会社の責任

本件は、新築住宅の木製窓から雨水が侵入したのは、材料の選定や設置作業に欠陥があったためであるなどとして、その設計と木製窓等の設置工事を請負った施工会社に対し、損害賠償等を求めた事案である。

裁判所は、設置作業に欠陥があったことなどを認め、請け負った施工会社は「住宅の品質確保の促進等に関する法律」（以下、品確法）94条1項に定める責任を負うとした。また、請け負った施工会社の責任を注文者が追及できる期間（除斥期間）である10年はまだ経過していないとして、請け負った施工会社の注文者に対する損害賠償請求を認めた（東京高裁平成25年5月8日判決、『判例時報』2196号12ページ）。

原告・控訴人：X1・X2（消費者）
被告・被控訴人：Y1（本件建物を設計監理し、本件木製窓等を施工した会社）
Y2（Y1の代表取締役）
Y3（Y1の従業員で本件建物の設計者）
関　係　者：A（Xらが土地を購入し、建物建築を依頼した工務店）
B（Xらが当初依頼した建物設計会社）
C（木製サッシの修理業者）

事案の概要

X1らは、2001年2月、診療所兼住宅（以下、本件建物）を建築するため、Aから土地を購入するとともに、Aに建物の建築を依頼（建築請負契約）し、B社に本件建物の設計を依頼した。

その後、X1らは、本件建物を南欧風の建物にしたいと考え、B社との設計監理契約＊1を解除した。X1は、同年8月、雑誌で知ったY1に建物の設計を依頼（以下、本件設計監理契約）した。Y1の設計では、屋根をイタリアン瓦にし、窓や窓枠も木製に変更された（本件木製窓等）。

X1らはAとの本件建築請負契約とは別に、Y1との間で、2002年6月、木製窓等、作り付け家具等に関する材料を購入する契約とそれらの施工請負契約を締結した。Aは、2003年7月末

＊1　設計管理契約とは、設計、施工業者との調整、各工程の確認、引き渡しの立会い等の一連の業務を依頼する契約のこと。

頃、本件建物をX1らに引き渡した。

しかし、この引渡し前の同月中旬頃、X1とY3は、現場の残材の引き取りの件などで口論となり、Y3らは現場から材料を引き上げた。そのため、X1らはY1による完了検査を経る前に本件建物に入居し、その後も完了検査は行われないままとなった。

2003年8月9日、台風による大雨が降った際、ある窓の障子下部から大量の雨水が流れ込み、同月15日と翌16日には他の窓から雨水が浸入した。X1らは、その都度、Y1に修理を依頼し、Y1は、同月下旬、これらの修理を行った。しかし、その後も大雨の後などに修理した窓を含め窓から雨水の浸入が続いたため、X1らは、Y1らが十分な対応をしてくれないとしてY1に連絡を取らなくなった。

2005年9月、X1らは、一部の窓にはシャッターを取り付け、雨水の浸入を防いだが、この頃から他の窓も黒く変色し、2006年頃になると木材が腐り始めたため、X1自ら修理をした。2007年10月に調査依頼をしたCからは、腐食が激しく取り替えが必要な窓があり、他の窓も防水工事が必要だと報告を受けた。

2008年2月7日、X1らは、Y1らに対して訴えを提起し、Y1らが欠陥のある窓・窓枠を選択したこと、適切な止水措置を取らなかったことなどを主張して、不法行為による損害賠償(X1・X2に各々約1045万円)を請求した。また、不法行為が認められなかった場合の予備の主張として債務不履行や瑕疵(かし)担保責任*2による損害賠償(不法行為による主張と同額)を請求した。

原審は、本件木製窓等には固有の瑕疵*3は認められず、Y1らの部材選択には事業者として払うべき注意が払われていたとした。そして、1カ所の窓については、瑕疵担保責任が追及できる期間内(欠陥があることを知ってから1年間)に損害賠償請求がなされていると認めたものの、他の窓については責任の追及ができる期間の経過により請求することはできないとして、1カ所の窓の損害賠償として約1万7000円の損害賠償のみを認めた。

X1らはこれを不服として控訴した*4。

理　由

1. 窓等の構造および設置上の瑕疵について

本件木製窓等に構造上の固有の瑕疵があると認めることはできないが、一部の窓は障子のガラスと枠の接合が不十分であったり、窓全体を均一に窓枠に圧着するという調整が不十分であり、ある窓については、ガスケット*5の取り付け方法に不備があり、それぞれ設置作業における瑕疵があったと認められる。

2. 窓等の防火認定に関する瑕疵について

本件建物に設置する窓については防火認定を受けている必要があるが、本件では木製窓等のうち、一部を除き複数の窓につき防火認定を受けていないという瑕疵があると認められる(この瑕疵は、控訴審においてX1らにより主張されたもの)。

3. 除斥期間の経過について

品確法94条1項は、「雨水の浸入を防止する部分」の瑕疵については、引渡時から10年間担保責任*6を負うと定めている。本件木製窓等の設置や防火認定に係(かか)る瑕疵は上記の瑕疵に当たる。そして、本件木製窓等は本件建物の引渡しと同じ2003年7月にX1らに引き渡されていると認められる。その後、X1らは2008年2

*2　瑕疵担保責任とは、売買の目的物に通常の取引において必要とされる注意をしても気付かなかった品質の欠陥があったときに、売主が買主に対して負う責任のこと。

*3　瑕疵とは、取引上普通に要求される品質・性質を欠いている状態、欠陥のこと。

*4　Y1は請求全部の棄却を求めて附帯控訴した。

*5　ガスケットとは、隙間を塞いで雨水等が入ってくるのを防ぐもののこと。

*6　担保責任とは、取引の目的物が普通に要求される品質・性質を欠いていた場合にそれを補うための責任のこと。

月７日にY1に対して本件訴訟を提起しているから、品確法における瑕疵担保責任を追及できる期間（除斥期間）である10年は経過していないというべきである。

なお、この点について、Y1は、本件では品確法94条にいう住宅新築請負契約における「請負人」（請け負った施工会社等）はＡであって、Y1ではないから同条の適用はないと主張する。しかし、Y1は、本件新築建物に設置する本件木製窓等の施工部分についてX1らとの間で請負契約を締結したものであるから、同条の「請負人」に該当するというべきである。

4. 防火認定を受けていない瑕疵や設置上の瑕疵による修理の工事費用の損害は、514万円余となり、X1・X2の両名に対し各々約245万円の損害賠償を認めた（５％の過失相殺＊7）。

解　説

本件は、新築住宅の木製窓から雨水が浸入し、その後窓に腐食や変色などが生じた事案について、注文主から新築建物の設計監理と木製窓等の施工を請負った施工会社、その代表者および設計者に対し不法行為、債務不履行等による損害賠償を求めた事案である。この訴訟では、①本件木製窓等に構造上の瑕疵があったか、②これらの窓に設置上の瑕疵があったか、③これらに瑕疵があったとしても、除斥期間が経過しているのではないかが争われた。

一審判決は、本件木製窓等には、いずれも構造上の固有の瑕疵は無く、設置上の瑕疵については、１つの窓についてはガスケットの取付方法に不備があったほかは、瑕疵は無かった。また除斥期間の点もこの１つの窓以外は除斥期間が経過しているとし、この窓についてのみY1の瑕疵担保責任に基づく損害賠償責任を認めた。

X1らは、控訴審において、新たに、本件木製窓のうち防火認定を受けていない窓は防火性の確認が取られていないから瑕疵がある、単体の窓を連窓とした窓も防火認定を受けていない窓を設置したのと同様の瑕疵があるとの主張を追加した。また、「瑕疵担保責任に基づく損害賠償請求」を「請負人（請け負った施工会社等）の担保請求に基づく瑕疵修補に代わる損害賠償請求」に改め、除斥期間についても品確法94条１項の適用を主張した。本件控訴審判決は、このＸらの主張を受け入れ、本件木製窓等の設置上の瑕疵を認め、また、品確法94条の適用を認めたものである。

売主の瑕疵担保責任（民法570条）や請負人（請け負った施工会社等）の担保責任（民法634条）の除斥期間は１年であるが、品確法では引渡しの時から10年とされている。Y1らは、品確法94条にいう住宅新築請負契約における「請負人」（請け負った施工会社等）には当たらないと主張したが、本判決は、Y1は本件建物の新築に当たり、X1らとの間で本件木製窓等の施工部分について請負契約を締結した者であるから同条の「請負人」に当たるとした。

新築住宅の瑕疵についての判例は、**参考判例**のとおり、少なくないが、本件は品確法94条が問題となった公刊物上初めての判例であり、参考となろう。

＊7　過失相殺とは、請求者側にも不注意があった場合にそれを考慮して裁判所が賠償額を減額すること。

参考判例

①東京地裁平成16年９月14日判決（『判例秘書』）

②東京地裁平成19年２月16日判決（『金融・商事判例』1304号42ページ）

③東京地裁平成４年12月21日判決（『判例時報』1485号41ページ）

④最高裁平成４年10月20日判決（『最高裁判所民事判例集』46巻７号1129ページ）

村 千鶴子 Mura Chizuko 東京経済大学現代法学部教授・弁護士 日本消費者法学会理事
専門は契約法、消費者法。国民生活センター消費者判例情報評価委員会、経済産業省消費経済審議会、東京都消費者被害救済委員会などの委員を務める。著書に『Q&A消費生活相談の基礎知識－知っておきたい民事のルール』(ぎょうせい)、『誌上法学講座－特定商取引法を学ぶ－』(国民生活センター)ほか多数。

弁 済

1 はじめに

契約を締結すると、双務契約の場合は、契約当事者双方に債権債務が発生します。この契約に基づいて発生した双方の債務の履行が完了することによって、契約関係はすべて完了します。分かりやすくいえば、消費者が代金を支払う債務を負い、事業者が消費者に対して商品を引き渡したり、サービスを提供したりする債務を負う双務契約では、消費者が支払うべき代金を契約相手の事業者に支払い、事業者が契約で約束した商品やサービスを消費者に引き渡したり実施することによって、契約関係が完了するということです。

「弁済」とは、法律的には上記の例で説明したような債務の履行を意味する用語です。民法では、弁済についてさまざまな規定を定めていますが、本稿ではそのすべてではなく、消費生活相談でしばしば問題となる、消費者が金銭債務を負う場合の弁済を中心に取り上げることにします(ただし、準占有者に対する弁済の問題では、消費者が銀行に対して持っている金銭債権をめぐる逆の場面になります)。

2 弁済についての基本

弁済は、正当な債権者に対して行わなければなりません。正当な債権者でない者や弁済の受領権限のない者に対して支払っても、原則として弁済とは評価されません。

正当な債権者ではない者に対して支払っても、正当な債権者の債権は消滅しませんから、消費者は二重弁済を強いられる危険を負うことになります。

正当な債権者ではない者に対して支払った金銭については、法的根拠のない支払いであるため、不当利得として返還を求める権利があります(民法＊1 703条)。ただし、法的な請求権があっても、架空請求などのケースでは支払ってしまった後で取り戻すことは容易ではありません＊2。したがって、弁済に当たっては、請求してきた相手が真実の債権者であるか、支払い内容は契約の本旨に従ったものか(＝契約で約束した内容に間違いないか)など、十分に確認する必要があります。

10年以上前のことですが、消費生活相談でよくみられたケースに、レンタルビデオの延滞料の請求トラブルがありました。レンタルショップから借りたビデオを返却し忘れていた消費者に対して、レンタルショップとは異なる事業者がいきなり支払いを求めてくるというケースが多発したのです。びっくりしてどうしたらよい

＊1 以下、断りのない場合は、民法の条文を指します。
＊2 相手がどこの誰か分からないとか、相手に支払能力がない、などのケースが多いためです。

か分からない消費者が、消費生活センターへ相談にやってきました。この場合は、どう考えたらよいのでしょうか。

消費者がレンタル契約を締結したのはレンタルショップですから、契約に基づいてレンタル料や延滞料の支払いを求める債権を取得しているのはレンタルショップです。レンタルショップ以外の事業者が支払請求をしてきた場合には、その事業者が真実の債権者であるか、きちんと確認する必要があります。通常は、請求してくる事業者は債権回収業者であることが多いのですが、この場合には、指名債権譲渡の対抗要件の問題や、サービサー法（債権管理回収業に関する特別措置法）による規制違反が問題となってきますので、これらの点に注意して事実関係を確認したうえで判断しなければなりません。債権譲渡については次回取り上げることにします。

（不当利得の返還義務）
第703条　法律上の原因なく他人の財産又は労務によって利益を受け、そのために他人に損失を及ぼした者（以下この章において「受益者」という。）は、その利益の存する限度において、これを返還する義務を負う。

3 準占有者に対する弁済

債務の弁済は、債権者に対して行うことが必要ですが、例外として、真実の債権者ではなくても外形上債権者であるように見える者に弁済したときでも、債務者が、相手が真実の債権者であると信じており、そのことについて債務者が善意無過失である場合には、その弁済は有効なものとして扱われます。

善意無過失とは、相手が真実の債権者であると信じており（真実の債権者ではないことを知らず）、そう信じたことについて過失がなかった場合を指します。

この規定は、銀行からの預貯金の払い戻しの場合に使われています。具体的には、泥棒が通帳と印鑑を盗み出して銀行から預貯金を引き出した場合が典型的な事例です＊3。

銀行の預貯金契約は、消費寄託契約＊4になります。預金名義人は、銀行に対して寄託物である金銭の払い戻しを求める権利を持っています。つまり、債権者ということです。一方、払い戻しの債務を負担している銀行は債務者です。債務者である銀行は、払い戻しの手続きに来た人が正当な債権者であるかどうかは、通帳と印鑑で確認します。そこで、たとえ泥棒であったとしても、通帳と印鑑を持参して払い戻し手続きに来た場合には、銀行からみれば正当な債権者であるかのように見えます。そこで、債権の準占有者への弁済として有効なものとして扱われるわけです（478条）。その結果、真実の預金者は払い戻しを求める債権を失うことになります。

ただし、預金者が、銀行に盗難被害にあった旨の連絡を事前にしていた場合には、無過失とはいえませんから、準占有者への弁済には当たりません。しかし、泥棒に盗まれことに気がつかない間に引き出されてしまった場合には、銀行の弁済は有効なものとして扱われることになります＊5。

キャッシュカードの盗難などの場合には、預金者保護法による一定の保護制度がありますが、通帳と印鑑を使って引き出された場合には、預金者保護法のような消費者保護の制度はありません。そのため、以上のように民法の規定によって処理されることになっているのです。

（債権の準占有者に対する弁済）
第478条　債権の準占有者に対してした弁済は、その弁済をした者が善意であり、かつ、過失がなかったときに限り、その効力を有する。

＊3　キャッシュカードを盗まれるなどして預貯金を引き出されてしまった場合には、預金者保護法によります。

＊4　受寄者が受寄物を消費することができるとする寄託契約のことをいいます。例として、金融機関の預貯金をはじめ、証券会社等（金融商品取引業者等）が顧客から有価証券の寄託の受け入れを行う場合に認められている契約などがあります。
ウェブ版「国民生活」2015年1月号 第20回「誌上法学講座」参照
http://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-201501_16.pdf

＊5　通帳等の窃盗犯は、被害者が気がつかないうちに迅速に引き出す体制で犯罪を行っていることが多いようです。

4 弁済についての基本ルール

契約で、弁済に関するこまごまとしたことについても特約を設けている場合には、特約に従って弁済する義務を負います。多くの消費者契約では、弁済の場所や弁済方法、弁済のための費用などを具体的に決めていることが多いでしょう。しかし、契約で細かいことまで決めていない場合もあって、そうするとどのように処理すべきか判断に困ることがあります。例えば、契約で支払場所を決めていなかった場合には、債務者のところに集金に来てもらうことになるのか、債権者のところに支払いに行くべきなのか、そのための費用などはどちらの負担になるのかなどです。このようなときのために民法では、弁済の場所、弁済の費用、受取証書や債権証書などについて次の任意規定を定めています。

弁済の場所を契約で定めなかったときの金銭債務の場合は、債権者の住所とされます（484条）。債務者は、債権者の住所まで持参して支払う、ということです。消費者が支払うときには、相手事業者の住所まで持参して支払う必要があるということです。

弁済の費用は、原則として債務者の負担です（485条）。振り込みで支払う場合、振込手数料は債務者の負担ということになります。債権者の住所地まで弁済に行く場合の交通費は、債務者の負担になります。

債務者は、弁済した時の受取証書を交付するよう債権者に請求できます（486条）。さらに、債権に関する証書、例えば金銭消費貸借契約で借用証書がある場合には、全部の弁済をした時であればその証書原本の返還を請求することができます（487条）＊6。

（弁済の場所）
第484条　弁済をすべき場所について別段の意思表示がないときは、特定物の引渡しは債権発生の時にその物が存在した場所において、その他の弁済は債権者の現在の住所において、それぞれしなければならない。

（弁済の費用）
第485条　弁済の費用について別段の意思表示がないときは、その費用は、債務者の負担とする。ただし、債権者が住所の移転その他の行為によって弁済の費用を増加させたときは、その増加額は、債権者の負担とする。

（受取証書の交付請求）
第486条　弁済をした者は、弁済を受領した者に対して受取証書の交付を請求することができる。

（債権証書の返還請求）
第487条　債権に関する証書がある場合において、弁済をした者が全部の弁済をしたときは、その証書の返還を請求することができる。

＊6　民法では、任意規定ですが、貸金業法では法律上の義務とされています。貸金業法18条、22条。

5 充当の順序

債務者が債権者に対して複数の債務を負担しているのに、合計債務金額の一部しか弁済していない場合には、どのように充当されるのでしょうか。債務者が弁済の時に、充当する順序について指定している場合には、指定内容に従って充当します（488条1項）。

弁済した債務者が充当の指定をしなかった場合には、弁済を受けた債権者が充当の順序を指定できます。ただし、債権者の指定に対して債務者が直ちに異議を述べた場合には、債権者の指定には従いません。この場合には次の法定充当の規定によることになります（488条2項、3項）。

充当の順序が指定されない場合の充当の順序は、次の489条および490条の定めに従います。これを法定充当と言います。ただし、債務の内容が元本、利息、費用である場合には、費用、利息、元本の順に法定充当されることになります（491条）。

（弁済の充当の指定）
第488条　債務者が同一の債権者に対して同

種の給付を目的とする数個の債務を負担する場合において、弁済として提供した給付がすべての債務を消滅させるのに足りないときは、弁済をする者は、給付の時に、その弁済を充当すべき債務を指定することができる。
２　弁済をする者が前項の規定による指定をしないときは、弁済を受領する者は、その受領の時に、その弁済を充当すべき債務を指定することができる。ただし、弁済をする者がその充当に対して直ちに異議を述べたときは、この限りでない。
３　前二項の場合における弁済の充当の指定は、相手方に対する意思表示によってする。

（法定充当）
第489条　弁済をする者及び弁済を受領する者がいずれも前条の規定による弁済の充当の指定をしないときは、次の各号の定めるところに従い、その弁済を充当する。
一　債務の中に弁済期にあるものと弁済期にないものとがあるときは、弁済期にあるものに先に充当する。
二　すべての債務が弁済期にあるとき、又は弁済期にないときは、債務者のために弁済の利益が多いものに先に充当する。
三　債務者のために弁済の利益が相等しいときは、弁済期が先に到来したもの又は先に到来すべきものに先に充当する。
四　前二号に掲げる事項が相等しい債務の弁済は、各債務の額に応じて充当する。

（数個の給付をすべき場合の充当）
第490条　一個の債務の弁済として数個の給付をすべき場合において、弁済をする者がその債務の全部を消滅させるのに足りない給付をしたときは、前二条の規定を準用する。

（元本、利息及び費用を支払うべき場合の充当）
第491条　債務者が一個又は数個の債務について元本のほか利息及び費用を支払うべき場合において、弁済をする者がその債務の全部を消滅させるのに足りない給付をしたときは、これを順次に費用、利息及び元本に充当しなければならない。
２　第489条の規定は、前項の場合について準用する。

5 供託

債務者が弁済をしようとしても債権者が受け取りを拒否する場合があります。また、正当な債権者が誰なのか債務者に分からないこともあり得ます。

住まいの賃貸借契約で次のようなトラブルが起こることがあります。賃貸人が賃料の値上げを要求し、値上げの要求に納得できない賃借人が従来通りの賃料を支払おうとするのですが、賃貸人は値上げ後の金額でない限り受け取ることはできないと言って拒否する場合が典型例です。家賃を振り込んでも送り返してくる場合もあります。

債権者を確認することができないケースとしては、もとの賃貸人が死亡して相続が開始したものの相続人が不明なため、誰に家賃を支払ったらよいか分からなかったり、相続争いが起こって複数の相続人から支払うよう請求されて困ってしまう、ということもあります。

こうした事例であっても、賃借人には賃料を支払う債務はあるので、支払わないまま放置しておくと、債務不履行責任を問われる危険があります。このような場合には、法務局に賃料を供託すればよいことになっています。供託することによって、債務者は債務を履行したのと同様に債務を免れ、債務不履行責任を問われることはなくなります（494、495条）。

（供　託）
第494条　債権者が弁済の受領を拒み、又はこれを受領することができないときは、弁済をすることができる者（以下この目において「弁済者」という。）は、債権者のために弁済の目的物を供託してその債務を免れることができる。弁済者が過失なく債権者を確知することができないときも、同様とする。

（供託の方法）
第495条　前条の規定による供託は、債務の履行地の供託所にしなければならない。
２　供託所について法令に特別の定めがない場合には、裁判所は、弁済者の請求により、供託所の指定及び供託物の保管者の選任をしなければならない。
３　前条の規定により供託をした者は、遅滞なく、債権者に供託の通知をしなければならない。

ウェブ版

国民生活

No.36
2015
7

特集

キャッシュレス決済の多様化
―前払式支払手段の拡大と課題―

独立行政法人
国民生活センター